AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Emrah Onur KARATAŞ

GELENEKSEL GAZETECİLİKTEN DİJİTAL GAZETECİLİĞE DÖNÜŞÜM: RADİKAL GAZETESİ ÖRNEĞİ

Gazetecilik Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2015

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Emrah Onur KARATAŞ

GELENEKSEL GAZETECİLİKTEN DİJİTAL GAZETECİLİĞE DÖNÜŞÜM: RADİKAL GAZETESİ ÖRNEĞİ

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Emel ARIK

Gazetecilik Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2015

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Emrah Onur KARATAŞ'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Gazetecilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Prof. Dr. Mustafa ŞEKER	(İmza)
Üye (Danışmanı)	: Yrd. Doç. Dr. Emel ARIK	(İmza)
Üye	: Prof. Dr. Nurdan AKINER	(İmza)

Tez Başlığı: Geleneksel Gazetecilikten Dijital Gazeteciliğe Dönüşüm: Radikal Gazetesi Örneği

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 06/07/2015
Mezuniyet Tarihi : 09/07/2015

Prof. Dr. Zekeriya KARADAVUT
Müdür

İ Ç İ N D E K İ L E R

GÖRSELLER LİSTESİ

TABLOLAR LİSTESİ

GRAFİK LİSTESİ

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
Arpa Net	: Advanced Research Programme Agency
CD-ROM	: Compact Disc Read-Only Memory
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
CNN	: Cable News Network
DP	: Demokrat Parti
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
LCD	: Lİquid Crystal Display
MSNBC	: Microsoft Network ve National Broadcasting Company
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
PC	: Personal Computer
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TUBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
UCLA	: University of California, Los Angeles

ÖZET

Günümüz dijital çağında basın dünyası teknolojik gelişmelerin yol açtığı bir dönüşümün içerisindedir. Bu dönüşüm birçok gazetenin yapısal olarak ve gazetecilik pratikleri açısından değişmesine neden olmaktadır. Bu tezde Radikal Gazetesi'nin basılı bir yayın olmaktan çıkıp tamamen dijitale dönüşümü incelenmiş ve bu dönüşümün nedenleri ve yansımaları tartışılmıştır. Bu bağlamda süreç içerisinde yaşadığı teknik ve yapısal farklılıklar göz önünde bulundurulmuş, dönemin toplumsal koşulları ve gazetenin yayın politikasında gözlemlenen farklılıklar doğrultusunda sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla bu çalışmada niteliksel tarihsel araştırma tasarımı kullanılmıştır. Radikal'in internete geçişinin sebeplerini önemli dönüm noktaları üzerinde tartışarak dönüşümün ortaya konması Türk medyasındaki gazetelerin dijital çağdaki yapılarını anlamak adına önem taşımaktadır. Giderek artan baskı maliyetlerinin, değişen yayın politikalarının ve teknolojik değişimlerin yaşandığı bu dönemde Radikal gazetesi örneğinde yapılan bu analiz günümüz gazetecilik ortamının içinde bulunduğu durumu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, internet gazeteciliği, dijital yayıncılık, dijital dönüşüm, Radikal gazetesi

SUMMARY

TRANSITION FROM TRANDITIONAL JOURNALISM INTO DIGITAL JOURNALISM: RADIKAL NEWSPAPER AS RESEARCH EXAMPLE

In today's digital era, world of media is in a transformation process caused by technological developments. This transformation also leads many newspapers to change in terms of structure and practices of journalism. In this thesis, conversion of newspaper of Radikal from a printed publication into a digital publication is examined and its implications are discussed. In this context, experienced technical and structural differences in the process by the newspaper are considered, differencies which are observed about its editorial policy and with awareness about social conditions. For this purpose, historical qualitative research design was used in this study. To reveal the reasons of Radikal's conversion into internet by discussing about its milstones is important in order to understand the structure of the newspapers in the Turkish media in the digital age. In this process of increasing printing costs, changing publishing policies and technological changing, this analysis made with the example of Radikal, reveals the present state of journalism environment.

Keywords: İnternet, internet journalism, digital publishing, digital conversion, Radikal the newspaper.

GİRİŞ

Duvarlara çizilen resimleri, yazılı iletişimin başlangıcı olarak kabul edersek günümüze kadar olan süreçte çizimlerimizi ve yazılarımızı yazdığımız ortam büyük bir gelişme göstermiştir. Başlangıçta karstik duvarlarda oluşan iletişim ortamları günümüzde sıvı kristal ekranlara (LCD) taşınmıştır. Bin yıllar boyunca süren bu değişim ve gelişim tüm iletişim tarihini de kapsamaktadır. Mağara duvarları, taş tabletler, tahta yapılar, papirüsler, kâğıtlar gibi aslında iletişimin yazılı olarak daha güçlü olması sonucunun doğurduğu teknolojilik gelişmelerdir.

Haberdar olma ve haber etme ihtiyacının toplumsal yapıların ve yeni teknolojilerin gelişmesi ile artması kitle iletişimini – iletişim araçlarını gerekli kılmıştır. Temelinde görevi haberi toplamak ve yaymak olan basının tarihini de bu en eski zamanlara dayandırabiliriz. Özellikle matbaanın bulunması ile büyük güç kazanan iletişim artık hızlı bir gelişim ve dönüşümün içine girmiştir. Basın da bu doğrulta hızla gelişme göstermeye başlamıştır. Teknolojinin getirdiği her yenilik ile farklı gelişim gösteren basın küreselleşen dünyada buna ayak uydurmak için teknolojinin nimetlerinden sonuna kadar faydalanmıştır. Her geçen gün insanların haber edinme ihtiyacının artması ve bunu karşılamak için basının da sürekli bir yenilenme ve dönüşüm içinde olmasını gerekli kılmıştır. Özellikle matbaanın bulunması ile başlayan bu gelişme ve tarih boyunca gerçekleşen toplumsal olayların basına yansıması basının özellikle yazılı basını hızlı bir değişime sokmuş ve ağır sorumluluklar yüklemiştir.

Globalleşen ve buna bağlı olarak teknolojik gelişmelerin yüksek hızlarla ilerlediği dünyada tüm sektörler kendi sektörel özellikleri çerçevesinde farklı boyutlarda etkilenmiştir. Basında bu sektörlerin başında gelmektedir. Rekabet ortamının artması da daha hızlı ve daha kaliteli olabilme adına basının teknolojinin yarattığı olanakları tüm birimleriyle beraber entegre bir şekilde kullanabilmesini gerektirmektedir. Bu süreçte basının habere ulaşma ve ulaştığı haberi sunma konusundaki farlılıkları bu gelişmeleri hangi ölçüde kullanıldığı ile bağlantılıdır.

Gelişmiş ülkelerde büyük bir sanayi haline gelen basın, 1900'lerden sonra dünyadaki gazetelerin sayısının hızla artmasıyla, reklam gelirleri ve tiraj mücadelesi etrafında dönen bir sektör haline gelmiştir. Yeni teknikler ve hızlı ulaşım olanakları gazetelerin günde birkaç baskı yapmasını, böylece haber akışı ile gazetelerin okuyucunun eline daha hızlı geçmesini sağlamıştır.

ABD'de radyonun 60 milyon insana ulaşması 30 yıl alırken; televizyonun bu yayılma seviyesine ulaşması 15 yıl almıştır. İnternet ise, dünya çapında bilgisayar ağının gelişmesini

izleyen üç yıl içerisinde bunu başarmıştır. (Castells, 2000, s.382). Tüm dünyayı ve basını etkileyen bu gelişme birçok medya şirketinin yapısında önemli değişiklikler yapmasına neden olmuştur. İnterneti öncelerde gazetelerine eklemlenmiş olarak kullanan gazeteler günümüzde bireylerin ihtiyacı olan hızlı ve etkileşimli haber ortamını sunabilmek için basılı bölümlerini kapatıp tamamen internete geçmektedir. Tamamen dijitale yönelmenin artan baskı maliyetleri ile de büyük oranda bir bağlantısı vardır. Haber sunum şekillerindeki değişim bazen ekonomik nedenlerden olduğu gibi bazen de teknolojinin gerisinde kalmamak için yapılmaktadır.

Matbaanın gelişiminden sonra son 50 yılda büyük bir değişime sebep olan internet ve bunun basına yansımalarını Radikal gazetesi örneğinde inceleyeceğimiz bu tezde internetin gazetecilik anlayışında, gazeteciliğin haberi toplama-sunma şekillerinde ve gazetelerin örgütsel yapısı içerisinde ne gibi değişikliklere yol açtığı incelenmiştir. Hızlı bir şekilde gelişme gösteren internet tüm dünyada küreselleşmenin etkilerini daha da arttırmış ve birçok alanda büyük değişimlere yol açmıştır. Başlangıcında bir iletişim ağı olarak tasarlanması da interneti doğrudan medya ile iç içe hale getirmeye başlamıştır. Kişisel bilgisayar ve devamında internet ağının bu kişisel bilgisayarlara da ulaşması sonucu internet kısa bir sürede geniş bir ağ yapısına sahip olmuştur.

Gelişen dijital teknolojilerin gazetelerin basılı hallerini internet gazeteciliğine dönüştürmeye başladığı bu dijital çağda Türkiye'de de bazı gazeteler basılı bölümlerini kapatmaya başlamıştır. Basılıdan tamamen internete geçiş sürecini daha iyi ortaya koyabilmek için Türk basın tarihine önemli izler bırakan Radikal gazetesinin bu süreci incelenmiştir. Bu inceleme gazetelerin giderek dijitalleştiği ve gazetecilik pratiklerinin değiştiği dönemde dijital dönüşümün basılı Radikal gazetesinin kapanmasında ne derce rol oynadığı araştırılmıştır. Ortaya konulan incelemeler ile hem dönemin basın ortamı irdelenmiş hem de Türk basınında internete geçiş sürecini Radikal bağlamında ortaya koyarak dönüşümün sebeplerini ortaya çıkartmak amaçlanmıştır. Bu anlamda da çalışmanın Radikal örneği üzerine olmasında ki sebep Türkiye'de basılı bölümünü kapatıp internete geçen tek gazete olmasıdır. Radikalin bu süreci incelenirken dünya-Türk basın tarihi, bilgisayarın ortaya çıkışı, internetin ve internet gazeteciliğinin dünya-Türkiye'deki gelişimini ele alınmaktadır ve bu sayede Radikalin bu geçişini daha net bir şekilde geçmiş ile bağlantılı olarak açıklamak mümkündür. Bu amaçla çalışmanın temel varsayımları şunlardır:

- İnternet ortamına kaymaya başlayan gazetecilik pratikleri teknoloji bağlamında değişmeye başlamıştır.
- Gazetelerin teknik olarak boyutlarının ve mecralarının değişmesi gazetelerin yayın politikalarını etkilemektedir.

- Radikal gazetesinin basılı hayatına son verip tamamen internete geçmesinin sebebi dijital dönüşümü benimsemesidir.

Bu varsayımlar doğrultusunda çalışma 3 bölüm halinde düzenlenmiştir. Birinci bölümde Türk ve dünya basın tarihine değinilerek internet gazeteciliği dönemindeki medya ortamı ile basılı dönem özellikleri arasındaki farkların ortaya konulması amaçlanmaktadır. 2. bölümde internetin doğuşu ve gelişimi sonrasında internet gazeteciliği tartışılacaktır. Radikalin internete geçişini ve geçiş yaptığı dönemdeki internet gazeteciliği ortamını tartışmak bu geçişin ne boyutlarda olduğunu ortaya koymak adına bu bölüm gerekli görülmüştür. Araştırma kısmında niteliksel – tarihsel analiz yöntemi kullanılarak Radikalin hem teknik hem de yayın politikası bağlamında uğradığı dönüşüm tartışılacaktır. Yayın yönetmenleri ve boyut anlamında geçirdiği değişiklikler göz önünde bulundurularak basılı bölümün kapanıp internete geçişi, sebepleri ve irdelenecektir. Bu bağlamda geleneksel dönem, tabloid boy dönemi, internet gazeteciliği dönemi olarak üç başlık halinde incelediğimiz Radikal gazetesi içerik ve ideolojik olarak geçirdiği değişimler doğrultusunda analiz edilecektir.

Niteliksel tarihsel tasarım yöntemine göre inşa edilen bu çalışmada, özellikle Radikal gazetesinin kurumsallaşmasında önemli rol oynayan yöneticilerin röportajlarına konu bağlamında yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM
GAZETECİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1 Dünyada Gazeteciliğin Tarihsel Gelişimi

Tarih boyunca insanlar çevrelerinde olup biteni öğrenme ve öğrendikleri bilgileri aktarma çabası içerisinde hayatlarını sürdürmüşlerdir. Yeme, içme ve barınma gibi temel ihtiyaçlardan sonra gelen bu ihtiyaç, yani haberleşme ihtiyacı; resim, ses ve işaretlerle başlayan arkaik iletişimi etkilemiş ve tarihsel süreç içerisinde, toplumların haberleşme yöntemlerini geliştirme çabası içerisine girmelerine neden olmuştur. İlk aşama olarak görünen yazı, yalnız bir iletişim tekniği ve aracı olarak değil, insanın düşüncesinin simgesel ifadesi olma bağlamındaki bir aşama olarak da, toplumsal değişim sürecinde belirlenen uzun bir arayış ve deneme çabasının; sonuncusu olan birikimin belli toplumsal ve tarihsel koşullar çerçevesinde ortaya çıkardığı bir üründür (İnuğur, 1993, s.149).

Yazı sayesinde düşünme ve sözel pratikler maddi şekil kazanmış, kişiler arasında haberleşmeye olanak sağlamıştır. İkinci aşama olarak ele alınan kâğıt, bilindiği gibi basının başlıca ham maddesini oluşturur. Kâğıt, düşünceleri yazı haline koymakla başlayan ve uygarlıkların yeryüzündeki yayılışına neden olan en önemli etkendir. Bu önemli etken yazının kalıcılığını sağlamış ve birçok toplumsal değişime neden olmuştur. Üçüncü aşama olarak, yazının icadıyla ‘iz’ler haline dönüştürülerek başkalarına ulaştırılabilen insan düşüncesi, matbaa sayesinde istenildiği kadar çoğaltılarak tüm toplumun yararına sunulmuştur (İnuğur, 1993, s.32). Böylece yazı artık çoğaltılarak daha kalıcı olma özelliği edinmiştir. Kısacası tüm bu gelişmeler bugün gelinen iletişim teknolojilerinin boyutunun başlangıcını oluşturmaktadır. Bugün gelinen noktada ise dijitalleşme ile birlikte yaşanan gelişmeler iletişimin sürat ve kitleselleşme noktasında ciddi boyutlara ulaşmasına olanak sağlamıştır. Sadece kişiler arası iletişimin değil kitle iletişiminin de önemli bir adımı olan bu gelişmeler sayesinde günümüzde kitle iletişim araçları ile toplum ilişkisi de artık elektronik hızlara ulaşmıştır.

Basın en geniş anlamıyla ifade edilecek olursa, belirli bir zamanda basılıp, her çeşit haberi ve fikirleri topluma ulaştıran tüm yayın ürünlerini kapsamaktadır. Genellikle günlük basın ürünlerine gazete, haftalık, on beş günlük ve aylık basın ürünlerine de periyodik denilmektedir. Yayın ise içeriklerin gazete ve dergilerin yanında radyo ve televizyon gibi tüm kitle haberleşme araçları aracılığı ile kamuoyuna sunulmasıdır. Basın ve yayın terimi bir arada ve kitle haberleşmesi anlamında kullanıldığında; gazeteler, dergiler ve kitaplarla birlikte, radyo ve televizyon gibi tüm haber araçlarını kapsayan bir kavram (İnuğur, 1993, s.19) akla gelmektedir. Tam bu noktada liberal çoğulcu paradigmalar tarafından dördüncü güç olarak

tanımlanan ‘medya’ kavramı karşımıza çıkmaktadır. Medya kavramında çoğunlukla görsel ve işitsel basın diye adlandırılan radyo ve televizyon, basın kavramında ise yalnızca gazeteler akla gelmektedir. Günümüzde yoğun olarak kullanılmasına rağmen medya kavramının sınırları ve kapsamı net olarak belirli değildir. Televizyon, radyo, gazete, yazılı basın ve internet başta olmak üzere, hepsini kastetmek için ‘medya’ kavramı kullanılmakta bu da literatürde kitle iletişim araçlarına karşılık gelmektedir. Gazete ve dergi gibi belirli zamanlarda yayınlananların tümü ve bu yayınları hazırlayanların oluşturduğu toplumsal baskı grubu da ‘basın’ olarak tanımlanmaktadır.

Tocquevill’e göre basın, ‘özgürlüğün en mükemmel demokratik formülü’dür. Mendes France basını ‘modern demokrasinin belli başlı öğelerinden biri’ olarak tanımlar. Pierre Denoyer’e göre ‘basın olmadan yönetmek, muhalefet etmek, öğrenmek ve öğretmek, inandırmak, çalışmak veya dinlemek, satın almak veya satmak imkânsız hale gelmiştir. Basın hiçbir şeye yeterli değildir fakat basın her şeye ve herkese gereklidir’ (İnuğur, 1993, s.20.).

İnsanların ‘medya’ sözcüğünü kullanmaya başlamaları ancak 1920’lerde başlamıştır. Ve bir kuşak sonra, 1950’lerde bir ‘iletişim’ devriminden söz edilmeye başlanmıştır. Ancak iletişim araçlarıyla ilgili olarak bunun gündeme gelmesi çok daha eskilere dayanır. Sözlü ve yazılı iletişim sanatı çalışması olan retorik, antik Yunan ve roma’da çok ciddi bir şekilde ele alınmıştır. O, ortaçağlarda ve Rönesans döneminde daha fazla ilgi görmüştür (Briggs ve Burke, 2004, s.7). Medya, günümüzde ise demokratik bir toplumun en önemli unsurlarından biri haline gelmiş, bilgilendirme ve iletişim, sosyal, ekonomik ve kültürel gelişimin temel faktörleri olarak görülmüştür. Ayrıca bu tanımlar, medyanın ayırt edici özellikleri olarak tanımlanmaktadır. İletişim alanının asırlar boyu içerisinde olduğu gelişimi dünya tarihi açısında değerlendirdiğimizde basının bugüne kadar geçirdiği evreleri Birinci Dünya Savaşı’na kadar, Birinci Dünya Savaşı ve Sonrası, İkinci Dünya Savaşı ve Sonrası ile 1990’da basın olarak ayırmak mümkündür (Yüksel, 1996, s.24).

Ortaçağ’da krallar, hükümdarlar, beyler, kendilerine iletilen haberlere, öykülere büyük önem vermişler bu amaçla ilkel bir haber şebekesi oluşturmuşlardır. Öte yandan tüccarlar kendilerini ilgilendiren haberleri başka kaynaklardan sağlayarak ürünlerin durumunu, değişik ülkelerdeki fiyatları ve piyasa haberlerinden bilgi edinmişlerdir. Bu arada halk ise, haberleri kralların ya da senyörlerin çıkarttıkları tellallardan ya da duvarlara asılan ilk duvar gazeteleri anlamındaki çamur tabletlerden almıştır (İnuğur, 1993, s.32-33). Eski Roma döneminde ilk kez Julius Sezar zamanında (MÖ. 100-44) senato oturumlarına ait tutanaklar Acta Senatus adıyla yayınlanmış ve böylece siyasi olaylar halka duyurulmuş. Ayrıca bugünkü resmi gazetenin ilk şekli olan ‘Acta Publica’ adlı bir sayfalık bültenler yayımlanmış, yine Sezar’ın buyruğu ile halkı ilgilendiren günlük önemli olayları kapsayan Acta Diurna adıyla bildiriler

yayımlanmıştır. Eski Roma'dan sonra elle yazılan haberlere İtalya'da rastlanmaktadır. Venedik'te 1563'te Osmanlılar ile yapılan savaş sırasında 'Fogli d'avvisi' denilen düzenli resimli haber bültenleri ticaretin başkentinde büyük ilgi çekmiştir. Belirli bir yerde yüksek sesle okunan bu bültenleri dinlemek için "Gazete" verilmiştir ki bu sözcük sonrada basılıp dağıtılan bütün haber bültenlerini tanımlamak için kullanılmaya başlanmıştır.

1438'de Gutenberg'in baskı makinesinin geliştirmesine kadar, Fransa'da, İngiltere'deki ve Almanya'daki posta hizmetleri elle yayılmaya devam etmiştir. Haber belgelerini yaygın olarak yayınlandığı 15. Yüzyılda, Avrupa'da Occasionnel'lere rastlanmaktadır. Gazetelere öncülük eden bir başka kaynak ise 16.yüzyılda yayımlanan haber kitapçıklarıdır. Değişik konulardaki haberleri düzenli bir biçimde yayımlamaya dayalı ilk gerçek gazeteler, 17. Yüzyılın başlarında, Avrupa'nın birkaç kentinde, hemen hemen aynı dönemlerde görülmektedir. Bunların en eskisinin hangisi olduğu konusu hala tartışmalıdır. Ama genelde, 1605'te Belçika'nın Anversy kentinde ayda iki kez Fransızca ile Flamanca dillerinde yayımlanmaya başlayan ve ticari bir bültenden doğduğu sanılan Nieuwe Tijdingen'in ilk gazete olduğu kabul edilmektedir. (akt. Yüksel, 1993, s.89). 1609'da biri Augsburg'da, diğeri Strasburg'da haftalık iki gazetenin yayınlanmakta olduğu bilinmektedir. Bunları 1610'da Bâle'de, 1615'de Frankfurk'ta, 1617'de Berlin'de, 1618'de Hamburg'da, 1619'da Prag ve Stuttgard'da, 1620'de Amsterdam'da, 1622'de Londra'da, 1631'de Paris'te, 1636'da Floransa'da, 1640'da Roma'da, 1661'de Ispanya'da, 1690'da Boston'da, 1703'te Petersburg'da yayınlanan ilk gazeteler izlemiştir (akt. Yüksel, 1993. s.90).

Sanayi Devrimi'nin etkilerini taşıyan 19.yüzyılın icatları sayesinde dünyada fabrika çağı başlamış, kurulan fabrikalarda üretilen malların satışı için geniş ölçüde pazar ihtiyacı belirmiştir. Bir diğer yandan bu fabrikaların hammadde ihtiyacının karşılanması için de, yeni kaynakların, yeni ülkelerin aranıp bulunması zorunlu olmuş ve bu zorunluluk sömürgeciliği doğurmuştur. Bu gelişmeler sonucu Avrupa insanı refaha kavuşmuş ve nüfus hızla artmaya, kentler ve ülkeler kalabalıklaşmaya başlamış, insanlar daha rahat yaşama ve eğitim görme olanağı bulmuştur. Kapitalist ekonomi ve siyasi demokrasi toplumu her yönüyle değiştirmiş, bu değişme de basının gelişmesini sağlamıştır (İnuğur, 1993, s.134). Özellikle gelişmiş ülkelerde büyük bir sanayi haline gelen basın, 1900'lerden sonra dünyadaki gazetelerin sayısının hızla artmasıyla, reklam gelirleri ve tiraj mücadelesi etrafında dönen bir sektör haline gelmiştir. Yeni teknikler ve hızlı ulaşım olanakları gazetelerin günde birkaç baskı yapmasını, böylece haber akışı ile gazetelerin okuyucunun eline daha hızlı geçmesini sağlamıştır. Gazete sahipliği ve yayın yönetmenliğini birlikte yürüten tek tek patronların yerini şirket toplulukları ve gazete zincirleri almaya başlamıştır. Bu gelişmenin ilk örneğini daha 1878'de ABD'de zor durumdaki küçük gazeteleri satın alarak kazançlı hale getiren E.

W. Scripps vermiş, 1920’leıde ABD’de 300 gazeteyi içine alan 50 kadar gazete zinciri ortaya çıkmış ve hatta Heaıst’ün yönettiği gazetelerin sayısı bir ara 42’ye kadar çıkmıştır.

Basında görülen önemli buluşlardan biri de 20.yüzyılın başında tabloid ve resimli gazetelerin artması olmuştur. İngiltere’de Daily Mirror (1903) ve Daily Sketch (1909) ile bir milyon tirajını aşan ve resimleri ile kitlenin ilgisini çeken bu tür gazeteler, ABD’de de yaygınlaşarak yoğun bir rekabete yol açmıştır. Rekabet ortamı kendisini sadece basında değil ekonomisini sömürgeler üzerine kuran devletlerarasında da kendisini göstermiş ve Birinci Dünya Savaşı’nın başlıca nedeni olmuştur.

Rekabetin ekonomik ve siyasi olarak kızıştığı bir ortamda meydana gelen Birinci Dünya Savaşı ile basın devletlerin elindeki en önemli güç haline gelmiştir. Bireyler dünyada olup bitenlerden haber alma ihtiyacıyla, büyük ölçüde gazete okuma arzusu duymuş, bununla beraber, hükümetler çeşitli nedenlerle basın özgürlüğünü kısıtlama ya da tamamen ortadan kaldırma girişiminde bulunmuşlardır. Bu gelişmeler basına uygulanan sansürün oldukça eskilere dayandığını göstermektedir.

Almanya, büyük devlet görünümü ile Avrupa politikasında ağırlığını hissettirmeye başlamış, Afrika kıtasında ele geçirdiği bazı bölgelerde sömürgeci bir devlet olma çabalarına girişmiştir. Fransa ve İtalya da aynı çabayı sarf ederken, Rusya doğuya doğru yayılmış ve Sibirya topraklarını tamamen ele geçirmiştir. Ayrıca, Uzakdoğu’da da Japonya, Avrupa modeli bir ülke olma çabaları içinde görünmektedir. Amerika 19. yüzyılda teknik olanaklarını iyi kullandığından zengin toprakları da büyük bir ekonomik güç haline gelmiştir (İnuğur, 1993, s.136).

Basının gücünün farkına varan hükümetler bu sayede başarıya ulaşmak ve bununla beraber basını sıkı bir gözetime de tabi tutma yoluna girmişlerdir. Bunların sonucunda haber aracı olarak basını frenleme, propaganda aracı olarak basım tekniklerini geliştirme çabası ortaya çıkmış, bu iki amacın uzlaştırılması önemli bir sorun olarak hükümetleri fazlasıyla uğraştırmıştır. Öte yandan 2. Dünya Savaşı, basını ekonomik yönden büyük ölçüde etkilemiş, savaşan ülkelerde basının temel gelir kaynağı olan ilanların ortadan kalkması ile de basını maliyetini azaltmaya zorlayan bir etken olmuştur. Gazete kâğıdı kıtlığı ve yoğun sansür, basını güç duruma düşürmüş, devlet sırlarını koruma gerekçesiyle haberlere getirilen kısıtlamalar, gazeteciliği geriletmiştir.

Savaş sonrasında yaşanan rekabet ile de gazete içeriklerin gelişmesi büyük aşama kaydetmiş; New York’taki gazetelerin sayfa sayısı 40’a ve ardından 60’a kadar çıkmış, yayın yönetmenlerinin kişisel etkisi silinirken, köşe yazıları ön plana çıkmaya başlamıştır. ABD’de makale, fotoğraf, çizgi roman, bulmaca, tıp köşesi ve kitap tanıtma gibi gazete malzemelerini satma işi yaygınlaşmış, bu durum gazetelerin yüklerini hafiflettiğinden The New York Times

ve dış haberleriyle ünlü The Christian Science Monitor gibi gazeteler habercilik düzeyini yükseltme olanağı bulmuşlardır. Gazete satın alma yoluyla daha az sayıda ve daha yüksek tirajlı gazetelerin oluşturulması yolu bu dönemde açılmıştır.

Gazeteler, büyüme ve çok dallı bir sektör haline gelmeleri ile daha büyük binalara taşınmış ve geniş bir örgütlenmeye doğru gitmişlerdir. Reklam ve pazarlama ile dizgi, klişe ve basım gibi teknik servislerin dışında, yazı işlerinin işlevi de genişlemiş, genel yayın politikasını belirleyen yönetmenle yardımcılarına bağlı olarak haber merkezi, fotoğraf, köşe yazıları, magazin, ekonomi ve spor gibi ayrı dallar ortaya çıkmıştır. Söz konusu gelişmenin yol açtığı kadrolaşma ile birlikte, gazete baskıya girmeden önce başlık, fotoğraf, makale, reklam gibi öğeleri belirli bir üslup içerisinde bütünleştirmeyi amaçlayan sayfa düzenleme de başlı başına bir iş haline gelmiştir.

Savaş sonrasında ortaya çıkan rekabet ortamı ile her matbaa daha iyi baskı yapmak, teknik açıdan başarılı sonuçlar elde etmek için tifdruk ve ofset baskı makinelerine sahip olma gayreti içerisine girmiş, böylece gazetelerin sadece okumak için var oldukları iddiası yavaş yavaş geçerliliği yitirerek göz ardı edilemeyecek bir ekonomik bağımsızlık çabası ortaya çıkmıştır. Giderek gelişen ulusal ajanslar büyük ölçüde devlet denetiminde kalmış ve özellikle İkinci Dünya Savaşı'na doğru Almanya, İtalya, İspanya ve Portekiz'deki faşist rejimlerde basın, devlet propagandasının kuklası haline getirilmiştir. Basının mahalli baskılara açık olduğu Fransa'da gazeteler kolayca istenen yöne çevrilirken, İngiltere'de de köklü bağımsızlık geleneği sarsılmıştır. The Times gazetesi hükümetin izlediği siyaseti desteklemeye başlamış, bir kaç cılız ses dışında, yalnızca Daily Mirror bağımsız habercilik işlevi ile habercilik yapmıştır.

1929-30 yıllarında yaşanan ekonomik kriz, basın kuruluşlarını da etkilemiş, reklam gelirlerinde büyük azalmalar olmuştur. Ekonomik krizlerin hızlandırdığı rekabet dünyası, basındaki tekelleşmeyi arttırmış, para piyasalarındaki oynamalar, çeşitli ülkelerde, gazete fiyatlarının yükselmesine neden olmuştur. Her fiyat artışı beraberinde okur kaybını da getirmiş, bu darbeye ancak güçlü basın kuruluşları karşı koyabilmiştir. Bu arada, yavaş yavaş okurlar için gazete dışında radyo gibi bir başka pazar daha oluşmaya ve özellikle 1930'lu yıllarda radyo dinleyicilerinin sayısı artmaya başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı'nın en etkili haberleşme aracı da radyo olmuş; böylece radyo ile yazılı basın arasında kıyasıya bir mücadele başlamıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında basının gelişimi tüm dünya basını için neredeyse ortaktır denilebilir. Savaş sonrasında her ülkede gazete sayısının arttığı, türlerinin çoğaldığı ve içeriklerinin zenginleştiği görülmektedir. İnsanlar çağdaş dünyanın sırlarını öğrenme noktasındaki merakına karşın günlük basın, haftalık ve aylık gibi süreli yayınlar yanında

önemini göreceli olarak kaybetmiştir. Sayıları çoğalan aylık, haftalık uzmanlık ya da özel alan dergilerinin tiraj ve okurları giderek artmaktadır. Bütün bunlar, basını içerik ve türlerini değiştirmeye itmiştir.

Öte yandan basında tekelleşme eğilimini de bu dönemde kendisini daha da belirgin bir şekilde göstermeye başlamış, Associated Press veUnited Press International ajansları dünyanın her yanına yayılmıştır. Savaş, radyonun gelişmesine neden olurken, savaştan sonra da televizyon, gazete okurlarının yaşamında dikkate değer bir yer işgal etmiştir. Gazeteler, okurlarının zamanını gidererek dolduran bu yeni iletişim aracıyla rekabete girişmek zorunda kalmışlardır. Gazete haberleri yerini televizyonda görüntülü olarak sunulan haberlere bırakmıştır. Yazılı basın üç yüz yıldır elinde bulundurduğu haber verme tekelini kaybetmekle yüz yüze gelmiştir. Ancak bununla birlikte, radyo ve televizyonun ilgilenmediği ya da eğilmediği küçük renkli yerel haberler gazetelerde yer almaya başlamış, gazeteler bu avantaj ile ayakta kalma mücadelesine başlamışlardır. Bu dönemde, dünyanın her yerinde basın endüstrisinde yaşanan teknik gelişmeler, gazetelerin yaşamlarını altüst etmiştir. Bilgisayar yardımıyla dizgi, uzak mesafelerden sayfa naklini mümkün kılan faksimile, foto-dizgi sistemleri gazete baskısında büyük yenilikler yaratmıştır. Bütün bu teknik gelişmeler ilk ve önemli etkiyi basın kuruluşlarının ekonomik harcamalarında göstermiştir. Kamu hizmetleri görme olgusunun yanında, basın işletmelerinin ürettiklerinin de endüstri malı olduğu kabul edilmiş, hatta bu ikinci işlevi giderek daha ağır basmaya başlamıştır. Bu özelliği, basın pazarının evriminde önemli bir yer işgal etmeye başlamış ve politik özgürlüğün, bu ekonomik zorluklara sarıldığı görülmüştür.

Gazeteler, kaybettikleri okurlarını yeniden kazanabilmek için 20.yüzyılın başlarında geliştirdikleri renkli offset baskı, film-baskı, bilgisayarlı dizgi ve elektronik aygıtlar, sendikaların direnişine karşın basının nitelikli işgücü sorununu önemli ölçüde hafifletmiştir. Faksimile ve tele dizgi gibi teknikler gazetelerin birbirlerinden uzak yerlerde aynı anda basılması olanağını sağlamıştır. Ajansların kullanmaya başladığı haberleşme uyduları, giderek telefon ve teleksin yerini alarak haber akışına canlılık ve hız kazandırmıştır. Siyasal haberlere oranla gazete sayfalarında artık magazin yanı ağır basan haberler yer almaya başlamıştır. Bu evrimin somut sonucu, gazetelerin politikadan yavaş yavaş uzaklaşması olmuştur. Eskiden önemli sayılan haberler yerlerini, bir zamanların tefrika romanları gibi büyük ilgi görmeye başlayan çizgi romanlara bırakmıştır.

1990'lara gelindiğinde basının uluslararası boyutlara ulaşmış, pek çok gazete ve dergi ülkelerin sınırlarını aşmıştır. Endüstriyel ürünlerin serbest dolaşımına paralel olarak yayın organlarının da serbest dolaşımı söz konusu olmuştur. 1990'larda uluslararası nitelik taşıyan yayınların tirajları 10 milyonlarla ölçülür olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri tarihinin

dönüm noktalarından birini oluşturan Vietnam Savaşı sonrasında, 1991 yılındaki Körfez Savaşı bütün dünyada medyayı gündemin birinci sırasına yerleştirmiş, tarihte ilk defa dünyanın her köşesinden insan televizyonlarının başında naklen savaş seyretmiştir. Amerikan askerlerinin Irak topraklarında ilerleyişine anında şahit olmuşlar, böylece savaş da bir nevi eğlence haline getirilmiştir. Basın 1990'lara gelindiğinde medyanın sacayaklarını, radyo, televizyon ve yazılı basın oluşturmaktadır. Radyo ve televizyon yayınları sahip oldukları görsel imkânlar ve eğlendiriciliği ile gazetelerden farklılaşmıştır. Bu nedenle gazeteler 1990'larda ağır bir rekabetin koşullarını zorlamaktadırlar. Bu rekabetin en belirgin niteliği de televizyon ekranlarından yapılan gazete reklamlarında kendisini göstermektedir. Gazeteler okurlarına ve potansiyel okurlarına televizyon izleyenleri ile ulaşabilmektedirler. 90'lı yıllarda yaşanan bu karmaşık rekabete rağmen yazı ve çizimin yerini radyo ve televizyon tümüyle alamamıştır. Dünya'da yayınları ile kendisini kanıtlamış pek çok gazete mevcuttur ve bunların yerini hiçbir zaman bir başka yayın alamamıştır.

1.2 Türkiye'de Basının Tarihsel Gelişimi

Ülkemiz basınının bugün içinde bulunduğu durumu anlamak için geçirdiği evreleri, dönemin koşulları bağlamında ele almak gerekmektedir. Bu başlık altında Kurtuluş Savaşı'na kadar ve sonrası Türk basını öncelikle incelenmiş, öte yandan 1960-70'li yıllar, 1980'li yıllar ve 1990'lı yıllarda Türk basınında yaşanan yapısal değişimler ayrı başlıklar halinde irdelenmiştir.

1.2.1 Osmanlı Dönemi'nde Türk Basını

Osmanlı İmparatorluğu ilk matbaayı, daha 1490'larda, İspanya'dan göçe zorlanmış olan Yahudi'lerin getirdikleri tesislerle tanıdı. Daha sonra, 1567'de Ermeniler, 1610'da Lübnan'da Maruniler, 1627'de Rumlar basımevilerine sahip oldular (Koloğlu, 2010, s.2). Matbaanın Gutenberg tarafından icadından 58 yıl sonra, 1494-1729 yılları arasında azınlıklar ve yabancı misyonlarca Türkiye'de açılan basımevi sayısının 37'yi bulduğu kaydedilmektedir.

18. yüzyılda basımevi kurmak Osmanlı Devleti için bir ihtiyaç halini alınca, Lale Devri döneminde padişah III. Ahmet, Yirmi Sekiz Mehmet Çelebi'yi Avrupa'daki gelişmeleri incelemek ve raporlar vermek üzere 1721'de Fransa'ya olağanüstü elçi olarak göndermiştir. Bu araştırmalar sonucunda, Yirmi sekiz Mehmet Çelebi ve oğlu Sait Efendi ile Macar Müteferrika İbrahim Efendi bir matbaa kurmak için anlaşmış ve Osmanlı topraklarında ilk yerli matbaa kurulmuştur. Bu ilk yerli matbaada basılan ilk kitap ise Vankulu Mehmet Efendi'nin, 'Cevheri'nin Silah'isimli Arapça sözlüğünün 1729 yılında basılan Vankulu Lügati

isimli çevirisidir. Matbaa bundan sonra yaygınlaşmış ve basın tarihimizin ilk gazetesi olarak Takvim-i Vakayi de II. Mahmut'un buyruğuyla 11 Kasım 1831'de yayına geçmiştir. Türkiye sınırları içinde yayınlanan bu ilk Türkçe gazete, devletin resmi sözcüsü niteliğinde bir yayın biçimindedir ve bu nedenle Arapça, Farsça, Fransızca, Rumca, Ermenice ve Bulgarca nüshalarda yayımlamıştır.

Türkiye'de ikinci Türkçe ve ilk özel ya da yarı resmi gazete 1 Ağustos 1840'da William Churchil tarafından çıkartılan Ceride-i Havadis'dir. Daha çok siyasal ve ekonomik haberler veren gazete, sütunlarında özel ilanların yer aldığı ilk gazetedir. İlk Türkçe dergi olan Vakayi-i Tıbbiye ise 1849'da yayınlanmaya başlamıştır. Türkler tarafından çıkartılan ve özel nitelikli ilk gazete ise 21 Ekim 1860 tarihinde yayınlanan Tercüman-ı Ahval'dır. Haftada iki gün çıkan gazete 11 Mart 1866'da kapanan bu gazetenin bir başka önemi ise, ilk siyasi makale ve tefrikanın yayınlandığı gazete olmasıdır. Ekonomi, sanayi, ticaret ve eğitim gibi konularda araştırmalara yer veren ikinci önemli gazete ise Tasvir-i Efkâr'dır. 27 Haziran 1862 tarihinde yayına başlayan bu gazetenin kurucusu ise, Yeni Osmanlılar hareketinin önde gelen isimlerinden Şinasi'dir. Padişahın baskısı sonucu yurt dışına kaçmak durumunda kalan Şinasi'nin yerine gazeteyi bir süre Namık Kemal çıkarmış, onun da aynı akıbete uğraması sonucu ise, Recaizade Mahmut Ekrem gazeteyi yaşatmıştır. Gazete 1868'de kapanmıştır. Ali Efendi'nin 23 Ocak 1870'te çıkarmaya başladığı Basiret isimli gazete ise, 1870-71 Fransız-Alman Savaşı sırasında Almanya'yı destekleyen yazılara yer verdiği için Almanlardan para yardımı alan ve 10 bin tiraja ulaşan dönemin tek gazetesidir. 1867-78 arasında yalnızca İstanbul'da yayınlanan gazetelerin sayısı 113'ü bulmuş, gazete sayılarının artmasıyla Osmanlı düşünürleri fikir aktarmanın en etkin yolunun gazeteler olduğunu düşünerek fikirlerini gazeteler yoluyla iletmeye başlamışlardır.

Osmanlı dönemi gazeteleri tüm gelişmeler ile beraber sıkı bir sansür mekanizmasıyla da karşı karşıya kalmıştır. Ekonomik kriz, kötü yönetilen bir devlet ve mutsuz bir halk gazetecilere yazacak konular çıkarmıştır. Basına sansür hükmü getiren ilk düzenleme 10 Nisan 1845 tarihli Polis Nizamı olmuştur. Ardından, 1857'de de Matbaa Nizamnamesi ile ön denetim ve izin koşullarına yasal düzenleme getirilmiştir (Kabacalı, 1990, s.15). 1864 Matbuat Nizamnamesi ile basında ön sansür kaldırılmış, basın rejimi Batı ülkelerindekine yaklaştırılmaya, özgür kılınmaya çalışılmıştır. Ancak, bu nizamnameyle basın suçlarının yargılanması için de Meclis-i Ahkâm-ı Adliye adında özel bir mahkeme kurulmuştur. Yasa, sansürü kaldırmakla beraber ağır para ve hapis cezaları getirmiştir. 1865'ten sonra basında yönetime karşı eleştiriler daha da radikalleşince, 1867'de Ali Kararname ile basın sıkı bir denetim altına alınmış, gazete kapatma yetkisi hükümete verilmiş, toplumu olumsuz yönde etkilemeye çalışan veya sorumsuz yayıncılık yapan, resmi ideolojinin dışına çıkan gazeteleri

kapatmıştır. Birinci Meşrutiyet döneminden sonra basın, sansürün yoğun bir şekilde uygulanmasına rağmen 'kamuoyu oluşturma' görevini yapmaya çalışsa da, imparatorluğun son dönemlerinde bazı gazeteler kapatılırken, bazıları da fikirlerin, devletlerin, padişahın propagandalarını yapmaya zorlanmıştır. Getirilen sansür ve kısıtlayıcı uygulamalar sonrasında gülmece basının ilk önderleri olan Diyojen, Hayal ve Çıngıraklı Tatar yayın hayatına başlamıştır.

II. Abdülhamit'in tahta çıkmasından sonra ilan edilen Kanun-i Esasi'nin 12. maddesi "Basın kanun dairesinde serbesttir" hükmünü getirmiştir. Ama basına tanınan bu özgürlük kısa sürmüştür. Meclis'in dağıtıldığı 1878'den sonra çeşitli sansür kuralları ile basına sansür uygulanmaya başlamıştır. 1880'de uygulama daha da genişletilerek, siyasal olmayan gazete ve dergiler de sansür kapsamına alınmıştır. İkinci Meşrutiyet'in ilanından sonra 25 Temmuz 1908'de sansürsüz ve ön denetimsiz olarak çıkarılar gazeteler basın tarihinde yeni bir dönem başlatmış; hem nitelik hem de nicelik açısından önceki yıllara oranla büyük gelişmeler kaydetmiştir. Gazetelerin rahat bir çalışma ortamı bulduğu 1908-1909 yılları arasında, yalnızca İstanbul'da 353 gazete ve derginin yayımlandığı bilinmektedir. Bu döneme ilişkin olarak İkdam, Sabah, Tercüman-ı Hakikat, Saadet, Yeni Tasvir-i Efkâr, Milliyet, Hak Yolu, Hürriyet, Zaman, Akşam, Vakit gazeteleri en belirgin gazeteler olarak bilinmektedir.

Öte yandan, Mustafa Kemal'in kurtuluş mücadelesi başlattığı zamanlardaki ilk adımı, haber akımını kontrol altına almak için telgraf ağına el koymak olmuş, ikinci adımsa bir gazetenin yayınlanması olmuştur. Mustafa Kemal'in 14 Eylül 1919 yılında Sivas'a gelmesinden sonra çıkartılan İrade-i Milliye Gazetesi Sivas Kongresi kararlarını ve Mustafa Kemal'in görüşlerini yaymakta etkin olmuştur. Millet Meclisi'ni toplamak üzere Mustafa Kemal'in Ankara'ya gelişi üzerine 10 Ocak 1920'de adını bizzat Mustafa Kemal'in koyduğu Hâkimiyet-i Milliye gazetesi bir yıl sonra günlük hale gelerek Cumhuriyet rejimini yaratan hareketin ana siyasal sözcüsü haline gelmiştir. Gazete daha sonra da Cumhuriyet döneminde Atatürk'ün kurduğu Halk Fırkası'nın resmi organı durumuna gelmiş ve 1934'te Ulus adını alarak, Ankara rejiminin görüşlerini yansıtan bir parti, hatta devlet sözcüsü görünümü almıştır. Adını yine Mustafa Kemal'in koyduğu Anadolu Ajansı'nın 6 Nisan 1920'de Ankara'da kurulması ve Matbuat Umum Müdürlüğü'nün kurulması ile de hem Kemalist bölgeye, hem de bunun dışına verilecek haberlerde tekdüzelik sağlanmıştır (Koloğlu, 1992, s.62). Yunus Nadi tarafından İstanbul'da çıkartılan Yeni Gün, 1920'de Ankara'ya taşınarak Anadolu'da yayımlanan ve Kurtuluş Savaşı'nı destekleyen gazeteler arasına katılmıştır. Bunların dışında Yeni Adana, Konya'da Babalık, Balıkesir'de Doğru Söz, Erzurum'da Albayrak, Kastamonu'da Açıksöz de Anadolu'daki mücadeleyi destekleyen gazetelerdir.

Hiç şüphesiz Anadolu basınının Kurtuluş mücadelesinde büyük katkısı olmuş fakat

savaşın bitiminden sonraki dönem Türk basım için pek aydınlık geçmemiştir. Sansür tarihinin en ağır şekliyle devam etmiş; gazetelerin istedikleri doğrultuda yayın yapmaları, gerçeği dile getirmeleri, resmi ideolojinin dışına çıkmaları, devlet tarafından istenilen partiyi desteklememeleri kesinlikle yasaklanmıştır. Bu kuralların dışına çıkılması durumunda verilen cezalar İstiklal Mahkemeleri'nde gazeteciyi ölüme götürebilmekte, gazetenin kapatılmasına neden olabilmektedir. Basın, Osmanlı Devleti'nin toplum yapısının çok dilli mirası üzerine, tek dilli bir yapıya kavuşturulurken tek çizgili bir rotaya da oturtulmaya çalışılmıştır (Koloğlu, 2010, s.64).

1.2.2 Cumhuriyet Dönemi'nde Türk Basını

29 Ekim 1923 tarihinde Cumhuriyet'in ilanından sonra başkentin Ankara olmasına karşın, İstanbul yine basının merkezi olarak kalmıştır. Milli Mücadeleye karşı çıkan İstanbul gazeteleri Ankara hükümetini eleştirmeyi sürdürmüşler; Tanin, Tevhit-i Efkar ve İkdam'ın İstanbul Barosu Başkanı Lütfi Fikri'nin halifeliği savunan bir yazısını yayınlamaları (10 Kasım 1923) üzerine bu gazetelerin sahipleri ve başyazarları olan Hüseyin Cahit, Velide Ebu ziya ve Ahmet Cevdet (Oran) İstiklal Mahkemesi'ne verilmişler ama beraat etmişlerdir. Bu arada İstanbul'daki muhalif gazetelere, Ahmet Emin (Yalman), Ahmet Şükrü (Esmer) ve Enis Tahsin'in (Tıl) 26 Mart 1923'de çıkarttıkları Vatan da katılmıştır. 5 Ocak 1924'te Mustafa Kemal muhalif gazetelerin yeni rejime uyum sağlamaları isteği ile Vatan, Tercüman-ı Hakikat, Akşam, İleri ve İkdam gazetelerinin sahip ve başyazarları ile bir toplantı yapmış, ama bundan olumlu bir sonuç alınamamıştır. Yunus Nadi'nin 8 Mayıs 1924'te yayımlamaya başladığı Cumhuriyet, İstanbul'da Ankara hükümetini destekleyen ilk önemli gazete olmuştur (Yüksel, 1996, s.105).

Doğu Anadolu'da baş gösteren Şeyh Sait ayaklanmasından hemen sonra 4 Mart 1925'te çıkartılan Takrir-i Sükûn Kanunu ile Terakkiperver Fırkası'nın destekçisi gazeteler (Tevhid-i Efkâr, Tanin, Vatan), sosyalist bazı yayınlar (Aydınlık, Orak Çekiç) ve bazı yerel gazeteler kapatılmıştır. Yasa, hükümete doğrudan basın üzerinde etkide bulunma hakkı tanımıştır. Gazeteciler de İstiklal Mahkemelerinde yargılanarak sürgün ve hapis cezalan almışlardır 1928'de Arap harfleri yerine Latin alfabesinin kabul edilmesi üzerine hükümetin maddi desteği ile ayakta durmaya çakşırken, 1930'da çıkan ve Serbest Cumhuriyet Fırkası yanlısı olan Yarın, 50 bin tiraja ulaşmış, ancak partinin feshedilmesinden sonra kapatılmıştır (Koloğlu, 1992, s.99-100). 1 Kasın 1928 tarihinde kabul edilen harf inkılâbıyla birden bire sıfıra inen okuma yazma oranı bütün gazeteleri etkilemiştir. 1931'de çıkartılan ve Cumhuriyet döneminin ilk basın yasası olan Matbuat Kanunu, hükümete ülkenin genel politikasına aykırı yayın yapan gazete ve dergileri kapatma yetkisi tanımıştır. 1933'de Matbuat Umum

Müdürlüğü'nün yeniden örgütlenmesi, 1943'te de yetkilerinin genişletilmesi ile basın üzerindeki denetim artmıştır. 1938 yılında MatbuatKanunu'nda yapılan değişiklikler basına sansürün yanında basında çalışanlara da sınırlama getirmiştir.

Ülkü, Fikir Hareketleri, Varlık, Yeni Adam, Yeni Gün, Yücel ve Ayda bir gibi gazeteler 1930'larda yayın hayatına başlayan gazete ve dergiler arasına girerken, ilk Türkiye Basın Kurultayı'nın yapıldığı 1935'te, 38'i günlük olmak üzere 116 gazete ve 127 dergi yayınlanmaktadır. 1938 yılında, 1931 tarihli Basın Yasası'nda, gazete ve dergi çıkartma hakkına ilişkin bazı değişiklikler yapılmasıyla muhalefet partilerinin görüşlerini yansıtan gazete ve dergiler yayın hayatına girmiştir.

Türkiye'de savaş dönemine, Atatürk'ün Ebedi Şef ve İsmet İnönü'nün Milli Şef diye anıldığı bu yıllarda basın hem Matbuat Umum Müdürlüğü'nün, hem de sıkıyönetimin en katı kontrolü altında tutulmuş, en ufak bahanelerle yayınlar kapatılabilmiştir (Koloğlu, 1992, s.67). İkinci Dünya Savaşı sırasında Türk basınında savaştakine benzer bir cepheleşme ortaya çıkmıştır. Tan, Vatan, Akşam ve Tanin **'**Demokrasi Cephesi'nde yer alırken; Tesvir-i Efkâr, Cumhuriyet gibi bazı gazeteler de 'Nazi Almanya'sını desteklemişlerdir. Bu sırada hem demokrasiden yana olan hem de Sovyetleri destekleyen Tan gazetesi saldırıya uğramış (4 Aralık 1945) ve bazı solcu gazeteler kapatılmıştır. Öte yandan, Necip Fazıl'ın giderek din yandaşı bir yayın yapan Büyük Doğu gazetesi de dönemin önemli yayınlarından birini oluşturmuştur.

Savaş yılların, şiddetlenen ekonomik bunalım içinde karşıt fikirlerin çatışmalarının başladığı bir dönemdir. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) hükümeti bu karşıt akımlar arasında hakemlik yapmış, dengeyi sağlamaya özen göstermiştir. 1944'ün ikinci yarısında, Alman yenilgisi kesinleşmeye başlayınca Turancı tasfiyesi yapılmış ve dergileri, yazarları yasaklanmış, tutuklanmıştır (Koloğlu, 1992, s.78). İkinci Dünya Savaşından sonra çok partili döneme geçilirken basına da bir ölçüde özgürlük tanınmıştır. Bu dönemde Gün, Gerçek**,** Yığın, Zincirli Hürriyet, Marko Paşasürekli kapatıldığı için değişik adlarla birçok kez yeniden çıkmıştır. İnönü tarafından 1945'de siyasal sistemin liberalleşeceğinin açıklanmasının ardından kısa bir süre sonra çok partili yönetime geçilmiştir. Gazeteler liberalleşmeye ayak uydurmaya çalışırken, radyo kısa süre sonra Anadolu'da egemenliğini ilan etmiştir. Bu dönemde kitlenin başlıca iletişim aracı basın olmuştur.

14 Mayıs 1950 seçimleri basında bir başka dönemin başlangıcı olmuştur. Cumhuriyet'in kuruluşundan beri iktidarda olan Halk Partisi seçimlerde yerini Demokrat Parti'ye bırakıp Meclis'te yerini almıştır. Demokrat Parti, basının büyük ümitler bağladığı bir parti olmuş ancak özgürlüklerin bütün çözümler için anahtar olduğu söylemi ile çıkartılan 15 Temmuz 1950 tarihli Basın Kanunu**,** daha liberal bir rejim getirmiş; ama kısa bir süre sonra

basının özgürlüğünü kısıtlayıcı uygulamalara gidilmiştir. 1 Mayıs 1948'de Hürriyet gazetesinin yayımlanmaya başlamasıyla, gazetelerde bir başka nitelik değişikliği ve yenilik ortaya çıkmıştır. Hürriyet gazetesinin bu yeni özelliği bir yığın gazetesi niteliği taşımasıdır. 1950'lerin ikinci yarısında baskıları yüz binlerin üzerine çıkan gazeteler, giderek yığın gazeteleri halini almıştır. Hürriyet 1960'lı yılların ortalarında 1 milyon tirajı aşan ilk gazete olmuştur. Basın hayatında tiraj ve habercilik adına gelişmeler yaşanırken 1955-60 arasında 867 gazetecinin mahkûmiyetiyle sonuçlanan 2300 basın davası açılmıştır.

Haber ve habercilik açısından dönemin medyasına baktığımızda ise 'başyazıya dayanan gazete' anlayışından 'habere ve resme' daha önem veren anlayışa geçilmiştir. Yorum, özetle başlıkta verilmeye başlanmış, halk haberi okuyup kendi yargısına varma yönteminden hoşlanmış ve bunun sonucu toplam tiraj bir milyonu aşmıştır. Haber alanında 1948'de yayın hayatına giren Hürriyet gazetesi ile 'okuyucu sabah işine giderken gazetesi kendisine ulaştırılmış olmalıdır' düşüncesi bu yıllarda benimsenmiştir. Daha hızlı haberin yanı sıra daha hızlı ve aktüel fotoğraf kullanımı için de, fotoğraf nakline yarayan telefoto makineleri ilk kez bu dönemde kullanılmıştır. Politika dışı konularda da İkinci Dünya Savaşı sonrasında bütün dünyayı etkileyen konular daha çok ilgi görmeye başlamıştır. Savaşın galibi sayılan Amerika'nın sinemayla yarattığı kültür yepyeni boyutlarla gündeme gelmiştir. Magazin sayfalarında ağırlık bunlara ayrılmıştır. Çok büyük ilerleme gösteren bir bölüm de gazetelerin spor sayfalarıdır. Önce Vatan'ın sonra da 1948 olimpiyatları sırasında Hürriyet'in girişimleriyle spor, günlük hayatın bir parçası haline gelmiştir (Koloğlu, 1992, s.84).

Bu dönemde, Gazeteciler Cemiyeti'nin ve Gazeteciler Sendikası'nın kurulması ile birlikte, Cemiyetin başvurusu üzerine 1950'de İstanbul Üniversitesi'nde Gazetecilik Enstitüsü açılmıştır. Basın anlatılanlar çerçevesinde gelişirken, 1950-1960 yılları arasında Başbakanlık yapan Adnan Menderes'in hedeflerinden biri olan 'her öküzün boynuzuna bir radyo asmak' hedefine 'neredeyse' ulaşılmıştır. Radyolar insanların hayatlarında hızlı ve etkili bir şekilde yerini almış; evlerin başköşelerine yerleşmiş ve evin en önemli eşyası olarak anılmaya başlamıştır. Devletin en önemli propaganda aracı radyo olmuş, halk neredeyse bütün haber ihtiyacını radyodan gidermeye başlamıştır. 1970'li yıllarla birlikte radyonun yerini almaya aday olan 'televizyon', tıpkı radyonun gazetenin yerini aldığı gibi, radyonun yerini almaya başlamıştır.

1.2.3 1960-80 Dönemi'nde Türk Basını

Ordunun Demokrat Parti'nin oluşturduğu dikta dönemine karşı bir devrim girişimine hazırlandığı bu dönemde Milli Birlik Komitesi adı verilen cunta grubunu oluşturan 38 subay, Kara Kuvvetleri Komutanı Korgeneral Cemal Gülsel'in başkanlığında 27 Mayıs 1960

tarihinde Türkiye'yi ilk askeri darbesi ile tanıştırmış ve ordu yönetime el koymuştur. İkisi yarım kalmış, birisi başarıya ulaştırılmış Kıbrıs askeri harekâtı ile son yarıyı kapsayan ve basına da yönelen iç terörizm yaşanmıştır. Bu döneme basın, yazma ve söyleme özgürlüklerini güvenceye almak için her önlemi içeren 1961 Anayasası ile başlamıştır. 1950 basın yasasına DP'nin getirdiği değişiklikler kaldırılmış, Anayasa'ya da gerekli güvenceler eklenmiştir. 1961 Anayasasında basının özgür olduğu ve sansür edilemeyeceği ön izin ve mali tedbir konulamayacağı gibi hükümler yer almıştır. Askeri darbe sonrasında çıkarılan Basın Kanunu'nda basına önemli ölçüde özgürlükler getirmiş; gazetelere 'ispat hakkı' tanınmıştır. Ayrıca resmi ilan ve reklamların siyasal amaçlı kullanımını önlemek için de Basın İlan Kurumu kurulmuştur.

1950 ve 1960 yılları arasında yıllık ortalama 60'ı bulan basın davaları, 1961-74 arasında 34'e düşmüş, fakat 1975-80 arasında 311 gibi olağanüstü bir düzeye çıkmıştır. Açıkça basın, demokratik rejim içinde olmak iddiasına rağmen ağır bir baskı sistemi altına girmiştir. 20 Aralık 1961'de yayımlanan Yön, uzun süre sol görüşü temsil eden bir dergi olmuştur. Ardından, Türkiye İşçi Partisi'nin yayın organı Sosyal Adalet, Anıt, Emek, Türk Solu ve Aydınlık gibi sol görüşleri temsil eden ve Türk Düşüncesi, Hareket ve Toprak gibi sağ görüşü temsil eden dergiler de yayınlanmıştır. 1961-71 arasında Cumhuriyet'in tirajı 160 bin, Akşam'ın 150 bin, Milliyet'in 200 bin, Hürriyet'in 600 bin, Günaydın'ın 350 bindir. Öte yandan, 1960'larda basında Hürriyet Gazetesi ile birlikte kupon karşılığı okura gazete dışında promosyonlar verme yöntemi ile tiraj alma yöntemi kullanılmaya başlanmıştır. Basın özgürlüğünün iyice kısıtlandığı 12 Mart döneminde çok sayıda gazete ve dergi kapatılmıştır. 1961 Anayasası'nda önemli değişiklikler yapan 1971 rejimi sırasında birçok gazeteci tutuklanarak yargılanmıştır. 1971 sonrasının önemli bir özelliği de basında teknik açıdan önemli gelişmelerin olması ve renkli ofset basıma geçilmesidir.

1973 seçimlerinden sonra basında yeniden canlanma görülmüştür. CHP, Özgür İnsan adlı aylık dergiyi çıkartırken, Milli Selamet Partisi Milli Gazete'yi, Milliyetçi Hareket Partisi de Hergün'ü yayımlayama başlamıştır. Bunların yanı sıra sol kesim tarafından Politika, Vatan, Ürün, Birikim, Aydınlık, Ülke, Demokrat gibi gazete ve dergiler yayımlanmıştır. Bu arada İzmir'de çıkan Yeni Asır da 50 bini aşan tirajıyla tek etkin bölge gazetesi olarak tarihe adını yazdırmıştır. 1973-80 arasındaki koalisyon hükümetleri döneminde anarşi ve terör toplumun en önemli gündem maddesi haline gelmiştir. Bu arada birçok öğretim üyesi, aydın, yazar ve sendikacı öldürülmüş ve 'faili meçhul' cinayetlerin sayısı ile banka soygunları ve silahlı soygunların sayısı hızla artmıştır. 1970'lerin sonlarına doğru öğrenci ve işçi eylemleri yoğunlaşırken basına ve gazetecilere yönelik saldırılar artmıştır. Milliyet gazetesi Genel Yayın Yönetmeni ve Başyazarı Abdi İpekçi ve birçok gazeteci bu dönemde öldürülmüştür.

Kahramanmaraş olayları ve 1 Mayıs 1977 tarihinde İstanbul Taksim Meydanı'nda İşçi Bayramı kutlamaları sırasında kalabalığa açılan ateş sonucu 34 kişinin öldürülmesi gibi büyük boyutlu kitlesel çatışmalar birbirini izlemiştir.

1977 seçimlerinde de hiçbir parti çoğunluğu sağlayamadığından yönetime 'Milliyetçi Cephe' adı verilen sağ partiler (Adalet Partisi, Milli Selamet Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi) koalisyonları egemen olmuştur. Bu dönemin basını, genel çizgileriyle ikiye ayrılmıştır; solda yer alan yazarlar ve yayın organları (Hürriyet, Milliyet, Günaydın, Cumhuriyet ile uzun ömürlü olmayan Dünya, Vatan, Politika, Aydınlık ve Demokrat) ile sağdaki yazarlar ve yayın organları(Tercüman, Bayrak, Son Havadis, Yeni Asya, Sabah, Hergün, Yeni Devir, Ortadoğu ve Milli Gazete) (Kabacalı, 1990, s.324). 1961 Anayasa'nın getirdiği özgürlüklerin gazete içeriklerine getirdiği zenginliğin yanı sıra, dağıtımda ve baskı teknolojilerindeki ilerlemeler sayesinde gazetelerin tirajları artış göstermiştir. Öte yandan teknik alandaki yenilikleri uygulayabilmek için gazeteler güçlü bir mali kaynağa ihtiyaç duymuş, bu ihtiyaç ilan ve reklamlarla karşılanmaya çalışılmıştır. Devletin gazetelere sağladığı katkı, zararın 2/5'ini karşılamış ve tek bir gazetenin maliyeti zarara neden olmuştur. Açıkça yüksek tiraja gitmek avantaj olmaktan çok zararı arttıran bir unsur haline gelmiştir.

1950'li yıllarda gazetelerle özel ilanlar üzerinde tekel kuran reklam şirketleri arasında bir savaş başlamış, 1960'lardan sonra gazetelerin büyük iş ve sermaye çevreleriyle bağlantısı artmıştır. Hürriyet-Günaydın grubu yeni şartlara, mali bağımsızlık ve gücünü devam ettirmesini sağlayacak ticari yatırımları içeren holdingleşme ile uyum sağlamıştır. Holdingleşme ve yatırımlar sayesinde bol haber ve malzeme toplama ve bol basma olanaklarına kavuşan, üstelik özel dağıtım sistemi de oluşturan yapıların, gündelik gazete basınını dışında kalan potansiyeli kullanmaya başlamışlardır. Kendi yayınlarının reklamını bedava yapabilen kuruluşlar nedeniyle, sermayenin etkisi basında ister istemez tekelleşme sürecini başlatmıştır.

1945'den beri gazetelerde haber üretiminin ve haber değerinin artması ajans haberciliği kavramını doğurmuş ve ajans haberciliği yeni bir iş alanı olarak belirmiştir. Türk Haber Ajansı, tamamen ekonomi ağırlıklı İKA, Ak ajans, Hürriyet Haber Ajansı, Milliyet Haber, Ekonomik Basın Ajansı, ANKA, TÜBA, UBA bu dönemde beliren belli başlı haber ajanslarıdır. İlk deneme yayınını 1968'de yapan televizyonun 1970'lerin ortasında Türk toplumunun başlıca haber ve eğlence kaynağı haline gelmesi, basında tekniğin ve sermayenin ön plana çıkmasını zorunlu kılmıştır. Haber ihtiyacını televizyondan kolay ve zahmetsiz bir şekilde karşılayan toplum, gazete satışlarının düşmesine neden olmuş, ancak televizyonun daha etkin bir konuma gelmesi 1980'li yıllara rastlar. 1979'da sıkı yönetimle birlikte bazı yayınların basın ve dağıtımı yasaklanmıştır. 12 Eylül 1980'de askeri yönetimle birlikte basın

özgürlüğü bir kez daha kısıtlanmıştır. Birçok gazete ve dergi kapatılmış, gazeteciler kovulmuş, gözaltına alınmış ve tutuklanmış; birçok gazeteci de tutuklanarak hapse girmiştir. Cumhuriyet, Milliyet, Tercüman, Günaydın, Güneş, Hürriyet, Milli Gazete ve Tan gazeteleri yayımı bir kaç kez yasaklanan gazeteler arasındadır.

1.2.4 1980'li Yıllarda Türk Basını

1980'li yıllarda ekonomi yeni bir çehre kazanmış, en ücra köşelerdeki köylere telefonlar bağlanmış, telsiz siviller tarafından da kullanılabilir hale gelmiştir. Bilgisayar yaygınlık kazanmaya başlamış, hemen her sektörde kendini göstermekle kalmayıp evlere kadar girmiştir. Televizyonun çok kanallı döneme başlamasına karşılık olarak, yazılı basın da teknolojinin bütün imkânlarından yararlanmanın yoluna gitmiştir. Toplum, içerisinde bulunduğu değişme sürecinde, basın alanında daha önceleri siyasal ve sosyal etken ön planda iken 1980'li yıllarla birlikte ekonomik öğeler ön plana geçmiştir. Türk basını, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin huzursuzluk ve anarşi ortamı nedeniyle devlet yönetimine el koymasının ardından, 12 Eylül 1980'de başlayan siyasal, ekonomik ve sosyal sorunlarla baş etmiştir. Zira askeri yönelimin uyguladığı sansür ile kapatılma endişesi haberciliği olanaksız kılan ortam doğurmuştur. Toplum 1980 darbesi sonrasında siyasal ortamda meydana gelen kutuplaşmadan uzak bir hayat sürme çabasına girmiş, gazetelerde okurun bu çabasına karşılık olarak magazin olgusunu ön plana çıkarmaya başlamışlardır. Sosyal yönden de; askeri yönetim sırasında yerleşen alışkanlıklar, televizyonun çekim gücünün giderek artması, okurda isteksizlik haline neden olmuştur. Dönem içerisinde her türlü sıkıntıya karşı yeni gazeteler de yayınlanmaya başlamıştır.

1980'li yıllar aynı zamanda basında tekelleşme eğilimlerinin sorgulanmaya başladığı ilk yıllardır ve tek sesliliğe neden olduğu gerekçesiyle eleştirilen basında yayınlanmakta olan gazetelerin önemli bir bölümünün sahibinin aynı kişi ya da grup olmasından kaynaklanmaktadır. 1980'li yıllar Türkiye basınında 15 yayını ile Hürriyet Grubu, 8 yayını ile Sabah, Yeni Asır, Bugün ve Fotomaç gazetelerinin sahibi Medya Holding, sınırlı yayını ve günlük Türkiye Gazetesi ile İhlâs Holding, 6 yayını ile Milliyet ve Meydan gazeteleriyle Doğan Grubu, 46 yanı ile Günaydın, Güneş, Tan ve Fotospor ile 5 yerel gazetenin sahibi Asil Nadir Grubu, sınırlı yayınları ile Tercüman ve Bulvar Gazeteleriyle Tercüman Grubu basın tekelleri arasında sıralanmaktadır (akt., Yüksel, 1990, s.116).

Basın anlamında bir şeylerin toplumsal platformlarda sorgulanmaya başladığı bir başka konu da basın özgürlüğüdür. Basın Konseyi'nin ön planda olduğu bu tartışmada, basın özgürlüğünün ne demek olduğu, 'muhabirin özgürlüğü değil, halkın haber alma özgürlüğü' biçiminde tanımlanmıştır. Bütün bu zor koşullara karşın, 1980 sonrasında birçok yeni

gazetenin yayınlanmaya başladığı bilinmektedir. Bu yeni gazetelerden Sabah gibi bazıları basın dünyasında kendilerine sağlam bir yer edinmişlerdir. Yine bu dönemde Tan, Bugün ve Meydan gibi magazin türü haberlere ağırlık veren bol renkli gazeteler basın dünyasına girmiştir İçerik açısından 1980'ler ve sonrasında rengin aşırı kullanılması ve masa başı haberlerin çokluğu dikkat çekmektedir. Batı'da sadece reklamlarda görülen renk kullanımı, Türkiye'de her sayfa ve her fotoğrafta kullanılır hale gelmiştir. 1990'da da basın, televizyon reklam harcamalarında sektör olarak üçüncülükten ikinciliğe yükselmiştir. 1985-89 arasında 102 milyar lirayı reklama harcayan basın, 5,7 mislinden fazlasını gelir olarak sağlamıştır (Koloğlu, 1992, s.87). Ortalama 10 sayfa şeklinde çıkan gazetelerin 1980'lerle birlikte 16-20 sayfa çıkmaları ile gazeteler ekonomi ve spor sayfalarını da arttırmışlar, 4 sayfa spor vermeye başlamış, sadece spor haberciliği yapan gazetelerin tirajları artmıştır. Türk basınında 1980 sonrasında gözlenen çeşitlenmenin bir başka örneğini de Müslüman kesime hitap etmeyi hedefleyen Türkiye ve Zaman Gazetelerinin yayıma başlaması oluşturmuştur. Bu gazeteler de 300 bine yakın bir tirajla basın sahnesindeki yerini almışlardır.

1.2.5 1990'lı Yıllarda Türk Basını

Düşünce suçu nedeniyle gazetecilerin yargılanmalarına neden olan Ceza Yasası'nın 141, 142. ve 163. maddeleri 1991 yılında kaldırılmıştır. 1980'lerde basında tekelleşme eleştirilirken, 1990'larda televizyonlara büyük reklam paraları ödeyen gazete patronları sonunda bu televizyonlarla ortaklık kurma yoluna gitmiş ve böylece medya patronları doğmuş, medya tekelleri ortaya çıkmıştır. Doğan Holding adı altında Milliyet gazetesinin ve yayın grubunun sahibi olan Aydın Doğan, Kanal D, ona bağlı radyosu ile Hürriyet gazetesi ve yayın grubunun da sahibi olmuştur. Küçük tirajlardaki gazetelerin birer birer kapandığı bu dönemde, Türk basının iki önemli gazetesinin tek elde birleşmesinin yanında Sabah gazetesi ve diğer yayınları elinde bulunduran Medi Grup da ATV yayınları ile basının iki kutbunu oluşturmuşlardır. Artık medyada alanında en güçlü iki cephe vardır: Doğan Grubu ve Medi Grup.

Basının tekelleşmesinin yanında, 1980'lerin sonları ile birlikte ülkede yaşanan gelişmeler siyasi konuları yeniden basının bir numaralı konusu haline getirmiştir. Okur kitlesi gençleşirken, toplumdaki insanların eğitim düzeyi de önemli ölçüde yükseliş göstermiştir. Yine gazete ve dergi alanında uzmanlık alanlarına yönelik yüzlerce yayın ortaya çıkmıştır. 1990'ların başında basın kronikleşmiş 3 milyon tiraj sınırını aşamazken bu sınır promosyon uygulamaları sonucu rekor denilecek bir seviyeye ulaşmıştır. Türk okurları ilk promosyonla, Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde İstanbul'da yayınlanan Ermeni gazetesi Jamanakile tanışmıştır. Ermenice yayınlanmasına karşın bu gazete hediye çekilişi söz konusu olunca Türk

okurlarca alınmaya başlanmış ve 3 bin tirajlı gazete 4 bin 500 adet satmayı başarmıştır. Ancak Türk basınında günlük gazeteler 1980'lerden sonra promosyon kampanyaları ile hayat bulmuşlardır. Tirajda 3 milyon sınırını uzun yıllar aşamayan gazeteler, 1988'de TRT yönetmeliğinin değiştirilerek promosyon ilanlarına getirilen sınırlamanın kaldırılmasından sonra rekor üstüne rekor kırmışlardır, ilk rekor aynı yıl Milliyet gazetesinin her okura verdiği "karton evlerle gelmiş ve gazetenin tirajı üç hafta içinde dört kat artarak 1 milyona taşınmıştır. Ancak basın için promosyon yarışında en uzun soluğu "Ansiklopedi Savaşları" kazandırmıştır. 1993'te Ansiklopedi kuponlarının verilmesi yeni bir tiraj rekorunu da beraberinde getirmiştir. Kupon biriktiren her okura ansiklopedi veren gazetelerin tirajları 1,5 milyonlara fırlamış ve gazetelerin toplam satışları da bir ara 4 milyonu aşmıştır. 1994 yılında yaşanan ekonomik kriz ise basını ekonomik açından büyük bir bunalımın içine itmiştir. Cumhuriyet tarihinin en büyük ekonomik krizinin yaşandığı bu dönemde bütün piyasalarda durgunluk hakimdir ve gazeteler zorlu bir sınavı daha bu dönemde vermişlerdir. Tiraj artırma amacıyla gazeteler amaçlarına ulaşmışlardır ancak gazeteler neredeyse verdikleri diş macunlarının, makarnaların, ansiklopedilerin yan ürünü haline gelmişlerdir. Bu dönemde gazetelerin içeriklerinde neler olduğu konusunda yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, toplam haberlerin yüzde 15.50'sini magazin haberlerin, yüzde 12.38'ini spor haberlerinin, yüzde 11.22'sini siyasi haberlerin ve yüzde 8'ini toplumsal haberlerin ve yüzde 5.76'sını da ekonomi haberlerinin aldığı hesaplanmıştır. 1995'ten 1996'ye geçildiği dönemde bir yanda Türkiye basın tarihi içinde medya patronları sektörde yerini sağlamlaştırmış.

1996'ya gelindiğinde devlet ve basın ilişkisine bakıldığında Refah Partisi-Doğru Yol Partisi Koalisyonu'nun ilk olarak, 11 Temmuz'da tüketicinin ekonomik çıkarlarını korumak ve bu alanda gerekli tedbirleri almak amacı ile Yazılı Basın Kuruluşları Promosyon Kampanyaları Hakkında Tebliğile promosyon konusuna bir düzenleme getirmesi dikkat çekmektedir. Düzenlemenin hemen ardından gazetelerin televizyonlara verdikleri reklamlarda bir değişiklik yaşanmış; promosyon reklamlarının yerini, gazete reklamları almıştır. Bu doğrultuda gazetelerin fiyatları ucuzlamıştır. Gazetelerin ortalama fiyatının iki katı fiyatla satılan kimi gazeteler bir de kuponsuz basılarak fiyatlarını 10 kat düşürmüş, yeni çıkan bazı gazetelerle birlikte; Akşam, Gözcü, Son Ateş, Dost ve Ekip gibi gazeteler 4, 5 ya da 10 bin lira fiyatla satılmaya başlamışlardır. Böylece Bab-ı Ali'nin yaygın görüşü olan "iki ekmek bir gazete" anlayışının da promosyonlu dönemin aksine ucuzlayarak "yarım ekmek bir gazete" biçimine dönüştüğü görülmüştür.

Tanzimat'ın ilanından sonraki çok partili dönem boyunca olan basının gelişimine bakıldığında 1918'de kurulan Cumhuriyet dışında bugünlere ulaşan ikinci bir yayın organı yoktur. 1950-60 dönemi köşe yazarlarının, yorumların yanı sıra haberlerin de günlük

gazetelerde yerini almaya başladığı dönemdir ve 1960'lı yıllar artık, haberciliğin egemen olduğu yıllardır. Habercilik de beraberinde insan unsurunu yani gazeteci unsurunu getirmiştir. Bu çizgi 1970'lerde tümüyle olmasa bile büyük ölçüde yerini magazin gazeteciliğine bırakmış ve bu sayede tiraj, ilan ve güç sağlanmıştır. Bu dönem, Türk basınında oldukça uzun süre belirleyici olmuştur. Daha sonra gazete satmak için magazin de yetmemeye başlayınca bu kez devreye lotarya girmiş ve gazeteler arasında büyük bir yarış başlamıştır. 1990'lara gelindiğinde ise, Türk basını lotaryanın boyunduruğu altında, tiraj çekişmesi içinde, saygınlık ve güvenilirlik kavramları çiğnenerek, insan unsuru geri plana itilerek ve gazetecileri sorunlar yumağının ortasında bırakarak devam etmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM
SAYISAL MECRADA GAZETECİLİK

2.1 İnternetin Doğuşu ve Gelişimi

Sanal ortamın ortadan kaldırdığı sınırlar ile dünyanın globalleşmesinde büyük rol oynayan internet bir bilgisayar teknolojisi olarak ortaya çıkmıştır. Başlangıçta oda büyüklüğünde olan ve dört işlem için kullanılan bilgisayarlar artık günümüzde gelişen teknolojiler ile tüm dünyayı birleştiren ve hususi olarak birçok kişinin sahip olduğu bir aygıt durumundadır. Bilgisayarların tarihi ilk insana kadar gitse de temel olarak mekanik hesap makinesinin bulunuşu ile gelişmeye başlamıştır. Bunu açıklamak gerekirse, ilk insanlar avladıkları hayvanların sayısını hesaplamak için ellerini kullanmaktaydı. Daha sonra, ilk insanların yaşamları kompleks bir yapıya doğru gittiğinde ise yaptıkları işlemleri saklamak ya da daha sonra kullanmak için kaya ya da tahta parçalarını kullanmaya başladılar. İlk insanların gelişimi devam ettikçe, buna paralel olarak kaya yâda tahta parçalarının yerini çeşitli semboller yada işlemler almaya başladı. Eğer ilk insanlar bu tür hesap işlemlerini geliştirmemiş olsalardı, yaşamlarında yaptıkları ekonomik faaliyetlerini izleyemezlerdi. Bu yüzden, ilk insanlar yaşamlarını kolaylaştırmak ve gelişimlerini etkili olarak devam ettirebilmeleri için sürekli olarak hesaplama işlemlerini geliştirmişlerdir. Bunlardan ilki, dört bin yıl önce insanoğlu tarafından kullanılan "Abacus" adlı hesap yapmaya yarayan bir alettir (Sharp, 1996, s.14). Abacus, bulunduğu dönemlerde çok sık kullanılmış vebeşeri açıdan ussal gelişime katkı sağlamıştır. Bilim dünyasında Abacus bilgisayarın ilk yapısı olarak kabul edilmektedir. Bundan sonraki gelişmeler aşağıdaki gibi meydana gelmiştir. Bilgisayarların genel olarak tarihsel gelişimi aşağıda açıklanmaktadır:

- 1600'lü yıllar: Büyük sayıların çarpımlarının kolay olarak hesaplanması için basit bir hesap makinesi sistemi geliştirildi. Daha sonra, toplama, çıkarma, bölme ve çarpma işlemlerini yapabilen bir hesap makinesi bulundu.
- 1890'li yıllar: işçilerin işe gelişi konusunda yaşanan sorunları çözmek için kartları delen bir sistem geliştirildi. Bu sistem bilgisayarların temeli olarak algılanmaktadır.
- 1920'li yıllar: IBM 'in kuruluş çalışmaları bitti.
- 1930'lu yıllar: Hesap makinelerinden daha iyi olan bilgisayar çalışmaları yapıldı. Belli bir bilgi yığının saklama çalışmaları yapıldı. Elektronik olan sayısal bilgisayarlar geliştirildi. MARK I ve ABC bilgisayarları icat edildi.
- 1940'lı yıllar: 1945 yılında ENIAC adlı bilgisayar geliştirildi. Bu sistem içinde 18 bin vakum tüpleri vardı ve 140 bin watt enerji ile çalıştırılırdı. Dijital bilgisayar

çalışmaları yapıldı. COLOSSUS ve MARK II bilgisayarları yapıldı.

- 1950'li yıllar: Bilgisayarlarda bulunan tüpün yerine transistorlar geliştirildi. Ayraca, programlama dilinde binary kod sistemi kullanılmaya başlandı. Binary kod sistemi 0 ve 1 rakamlarından oluşmaktadır. UNIVAC I, EDVAC, EDSAC, ILLIAC, UNIVAC bilgisayarları geliştirildi. Hafızalıma programları geliştirilmeye başlandı. İlk FORTRAN programı piyasaya sürüldü. COBOL dili geliştirildi. 1959 yılında PLATO adlı bilgisayar geliştirildi. En son olarak, bilgisayarlar arası iletişimi sağlayan modem bu yıllar arasında bulundu.
- 1960'lı yıllar: Hafızalama ve kodlama sistemleri üzerinde çeşitli çalışmalar yapıldı. Plato bilgisayarları geliştirme çalışmaları yapıldı. Bireysel bilgisayarlar üzerinde çeşitli denemeler yapıldı DEC PDP-8 adlı bilgisayarı yaptı.IBM bilgisayarları yapılmaya başlandı.1970'li yıllar: Bireysel bilgisayarlar olan PC'ler piyasaya çıkmaya başladı. Apple ve Radio Shack bireysel bilgisayar ürünlerini satmaya başladı. Pascal ve C dilleri geliştirildi. IBM lazer ve INKJET yazıcıları yaptı. Intel 8008 ve 8-bitlik mikro işlemci yapıldı ve geliştirildi. Intel 8086 işlemciyi yaptı. 1971 yılında Micro-Plato ortaya çıkarıldı. Üniversite öğrencilerinin İngilizce öğretiminde kullanılan TICCIT bu yıllarda geliştirildi. WICAT, CONDUIT ve MECC sistemleri geliştirildi. Bilginin saklanmasını sağlamak için disketler piyasaya sürüldü.
- 1980'li yıllar: Bu yıllarda CD-ROM teknolojisi gelişmeye başladı.Bireysel bilgisayarların hızı ve kapasiteleri gelişmeye başladı. Bilgisayarlar evde ve ofiste kullanılmaya başlandı. Sony ve Phillips CD-ROM yaptı. Microsoft Windows 1' i piyasaya sürdü. Intel 80386'yı geliştirdi.
- 1990'lı yıllar: Laptop (diz üstü) bilgisayarlar piyasa sunuldu. Macintosh ve IBM laptoplar çıktı. Bilgisayarların hafızaları, görüntüleri ve hızları sürekli gelişti. Bilgisayarlardan televizyon yayınları izlendi, kaliteli oyunlar yapıldı ve multimedya çalışmaları hızlandı. Pentium 1-2-3'ler piyasa sunuldu. Saat büyüklüğünde olan bilgisayarlar üretildi. Resim kalitesinde baskı yapan renkli yazıcılar yapıldı. Bilgisayarlar ile telekonferans çalışmaları başaralı bir şekilde yapıldı.
- 2000 ve sonrası: Çok hızlı işlem yapabilen bilgisayarlar üretilmeye başlandı. Bilgisayar gelişimlerini kısaca özetlemek gerekirse, temel olarak beş ana evrim süresi bulunmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibidir:
    1. İlk bilgisayarlar vakum tüplü olarak imal edilmiştir. Daha sonra vakum tüpleri çok sık olarak yanmaya başladı ve bunun sonucunda bilgisayarların maliyetleri çok yükseldi.
    2. İkinci evrede bulunan bilgisayarlar ise transistorlu olarak imal edildi.

Transistorlar, yanmamakta, daha az yer kaplamakta, daha az enerji tüketmekte ve enerjiyi etkili olarak kullanmaktaydı.

3. Üçüncü evrede bulunan bilgisayarlar cipler üzerine entegre devreler olarak imal edilmiştir.
4. Dördüncü evrede bulunan bilgisayarlar mikrocipler üzerine imal edilmiştir. Bu geliştirilen cipler bilgisayarların ana hafızası olarak geliştirildi. Bunun sayesinde daha çok karışık işlemler yapılmaya ve bilgi saklanmaya başlandı.
5. Beşinci evrede olan bilgisayarlarda genel olarak yapay zekâ üzerinde tasarlanmaktadır. Sanal zekâlarla bilgisayarlar çok kompleks bir yapıya kavuşacağı, gelecekte, bilgisayarların dil sorununun ortadan kaldırılacağı ve sözlü olarak komutlar verilebileceği tahmin edilmektedir.

Bilgisayarların gelişimi, geçmişte ve günümüzde olduğundan daha hızlı olarak devam edeceği öngörülmektedir. Bu gelişmelerin dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan insanların, aralarındaki enformasyon alış-verişinin hızına ve iletişim eyleminin etkinliğine tesir edeceği düşünülmektedir (İşman, 2001, s.4-5). Bilgisayarın gelişim sürecine baktığımızda teknolojik bağlamda, hızla ileriye doğru bir devinimin var olduğunu söylemek mümkündür. Bu hız başlangıçta dört işlem ve abaküsten ibaret olan bilgisayarı hayatımızın vazgeçilemez bir parçası haline getirmiştir. Bilgisayar ihtiyaç olmaktan çıkıp bir zorunluluk haline dönüşmüştür. Bilgisayarların birbirlerine bir ağ sistemi ile bağlanıp etkileşim içine girmesi de bu gelişmede önemli rol oynar. İnternet adını verdiğimiz ağlar sistemi hem bilgisayarları hem dekullanıcılarını bir etkileşim içine sürüklemiş ve sanal bir mecra ortaya koymuştur. İnterneti tam anlamıyla tanımlayacak olursak; Modern yaşamda önemli değişim ve dönüşümlere yol açan ve ulusal sınırların artık ortadan kalkmasına neden olan güç, bugün "internet" olarak adlandırılan ve genel bir tanımlamayla "bilgisayar ağlarının ağı" ya da "evrensel bilgisayar ağı" olarak nitelendirilen, dünyanın pek çok ülkesindeki milyonlarca bilgisayarın kendi aralarında oluşturdukları yerel ya da geniş alan ağlarının birbirine bağlanması ile oluşturulan bir elektronik iletişim ağıdır (Gürcan, 1999, s.144). Çok eskiye dayanmayan bir geçmişe sahip olan internet bir ihtiyaçtan ortaya çıkmış ve dünyayı bir değişimin için sokmuştur.

İnternetin gelişimine tarihsel açıdan bakıldığında SSCB'nin nükleer saldırısından korkan bir grup ABD'li İletişimcinin paket tabanlı ağlar konusunda yatırıma başlamalarının internetin keşfinin bir önceleyicisi olduğu bilinmektedir. İnternet teknolojilerinin atası Arpa Net, tek bir noktadan hareketle yaratılmıştır (Kezer, 2000, s.13). Arpa Net, (Advanced Research Programme Agency) 1957 yılında Sovyetler Birliği'nin Sputnik'le uzaya fırlatılması üzerine, Başkan Eisenhower'in emriyle, 1958'de kurulan İleri Araştırma Programları

Ajansı'nın paket yönlendirmeli bilgisayar ağı olarak ortaya çıkmış ve ileriki yıllarda askeri amaçlı araştırma laboratuarlarını ve üniversiteleri birbirine bağlamak için geliştirilmiştir (Gürcan, 1999, s.145). 1960'lı yıllarda ABD Savunma Bakanlığı, savunma kaynaklarını geliştirmek ve askeri verilere ulaşabilmek amacıyla gerekli teknolojinin oluşturulabilmesi için bir çalışma başlatmıştır. Bu projenin amacı, ABD ordusuna nükleer bir saldırıdan etkilenmeyecek savunma amaçlı çalışan bilgisayarlar arasında oldukça sıkı örülmüş bir iletişim sistemi tasarlamak olduğu bilinmektedir. Eğer ağ üzerinde bir ya da birçok iletişim düğümü imha edilirse, mesajları yine de taşıyabilecek yeterli sayıda merkez kalması amaçlanmıştır (Barbier ve Lavenir, 2001, s.373). Oluşturulan ağ verilerin sayısal bir kodlama sistemi ile saklanmasına, yollanabilmesine ve yine o yıllarda kısıtlı sayıdaki bilgisayarlar bu verilerin alışverişini sağlayan bir bağlantı oluşturmuştur. Paket Anahtar İletişim Teknolojisi'ne dayanan bu sistemin amacı, ağın komuta ve kontrol merkezlerinden bağımsız olmasını sağlayarak mesaj birimlerinin, ağ içerisinde bir diziyi izlemeden kendi yollarını bularak hedefe varıp, ağın herhangi bir noktasında tutarlı anlamlı yeniden toplanabilmesine imkân sağlamak olmuştur (Hafner ve Iyon, 2000, s.66).

Amerikan Savunma Bakanlığı Araştırma Projesi tarafından desteklenen bir araştırma ağı olarak ARPANET adını taşıyan ilk bilgisayar ağı 1 Eylül 1969'da ağın ilk dört bağlantısı Los Angeles'te California Üniversitesi'nde, Stanford Araştırma Enstitüsü'nde, Utah Üniversitesi'nde ve Santa Barbara'da ise California Üniversitesi'nde kurulmasıyla devreye girmiştir (Castells, 2000, s.45-46). ARPANET'in yaratılması bilim adamları ve araştırmacıların önemli verileri zamanında paylaşabilmeleri ihtiyacına dayanmıştır. ABD'nin her bölgesine dağılmış bir birinden uzak mesafelerde bulunan askeri araştırma enstitülerinde ve üniversitelerde görev yapan araştırmacılar, ağa bağlanmış bilgisayarlar vasıtasıyla birbirleri ile veri alışverişi yapabileceklerini ummuşlardır (Engelman, 1996, s.3). ARPA projesinin en önemli hedeflerinden bir diğeri de, farklı marka ve/veya model bilgisayarların birbiriyle konuşabilir hale getirilebilmesi için 1970'lerin başında her türlü ağda kullanılabilen bir iletişim protokolünün TCP/IP (host'tan host'a protokol/ağlar arası protokol) yaratılması olmuştur (Ayfer, 1996, s.16). Geliştirilen TCP/IP protokolü farklı iletişim sistemleriyle çalışan hatta farklı karakter kodlaması yapan bilgisayarların, birbirleri ile iletişim kurmasını sağlamaktadır. TCP/IP'nin yaratılmasının ağ için yaşamsal bir önemi olmuştur. TCP/IP olmaksızın ağlar arası iletişimin gerçekleşmesi mïmkün değildir. TCP/IP yetkinleştirilerek herkes herhangi bir boyutta ya da biçimde bir ağ kurabilir, üstelik ağın paketleri yorumlayıp yönlendirecek bir giriş kapısı olması durumunda herhangi bir ağla iletişime geçebilmesi mïmkündür (Hafner ve Iyon, 1996, s.250). TCP/IP protokolü İnternet'i tanımlar ve internet tabanlı olan her şey TCP/IP protokolünü kullanmak zorundadır (Atabek 2001, s.118). TCP/IP

protokolü 1980 yılında ABD'de bilgisayar iletişiminde standart haline gelmiştir. TCP/IP'nin esnekliği, bilgisayar ağları arasında çok katmanlı bir bağlantılar yapısının benimsenmesini sağlamış; böylece bu yapı çeşitli iletişim sistemlerine farklı şifrelere uyarlanabilmiştir. 1972 Ekim ayında gerçekleştirilen Uluslararası Bilgisayar İletişim Konferansı'nda (ICC) ARPANET'in NCP ile başarılı bir demonstrasyonu gerçekleştirilmiştir. Aynı yıl ARPANET içinde elektronik posta (e-mail) kullanılmaya başlanmıştır (Tokgöz, 2000, s.66). Projenin güçlü destekçilerinin bulunması ARPANET'i başka bir boyuta taşımış sınırlı sayıdaki kullanıcılarında sayısı hızla artmaya başlamıştır. Geliştirilen bu teknoloji sayesinde bilgisayarlar, İnternet ağı üzerinde çok hızla yol alan veri paketlerini birbirleri için şifreleyebilir ve bu paketlerin şifrelerini çözebilir hale gelmiştir (Castells, 2000, s.47). TCP/IP'nin geliştirilmesi her yıl artan sayıda bilgisayarın ağa bağlanmasına ve sistemin hızla büyümesine neden olmuştur. Bu süreç içerisinde ARPANET, askeri bir ağ olmanın ötesine geçerek, akademisyenlerin ve araştırmacıların birbirleri ile hızlı ve kolay bir şekilde enformasyon alış verişinde bulunmalarının başlıca ortamı haline gelmiştir. Ancak İnternet, ağ katılımcıları arasında elektronik posta ile iletişimin mümkün kılınması ile yaygınlaşmaya başlamıştır. 1990'larda İnternet kullanımı, İnternet'i hâlâ kullanmaya hiç başlamamışlar için zordur. Grafik aktarım kapasitesi son derece sınırlı olmakla beraber, bilgi bulmak ve indirmek de hayli güçtür. Bu sebeple İnternet sitelerinin içeriklerini yerlerine göre değil de bilgiye göre düzenleyen, sonra da kullanıcılara istedikleri bilgiyi bulabilmeleri için kolay bir arama sistemi sunan World Wide Web (Dünya Çapında Ağ/WWW) İsviçre'nin Cenevre şehrinde bulunan Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezi'nde (CERN) tasarlanmıştır (Castells, 2000, s.50). World Wide Web sayesinde her bilgi, bilgisayar ekranında görüntülenen bir belge olarak sunulmaya başlanmış, böylece gerçekleştirilen bu teknolojik hamle ile internetin toplumun genelinde yaygınlaşması sağlanmıştır. World Wide Web 'in, internet içinde kurumların, işletmelerin, derneklerin ve bireylerin kendi sitelerini yaratabildiği, erişimi olan herkesin muhtelif metinleri ve görüntüleri bir araya getirerek kendi sayfasını üretebilmesine dayanan esnek bir ağların ağı (Castells, 2000, s.383) olması; interneti multimedya için uygun bir platforma dönüştürerek, ticari kullanıma hazır hale getirmiştir. Yine CERN'de, hypertext link teknolojisinin geliştirilmesi, sonsuz sayıdaki bilgisayar veri bankalarının birbirlerine elektronik olarak bağlanmasına ve böylece her bilgisayarda toplanan verinin diğer bilgisayarlar tarafından kullanılmasına imkân tanımıştır. (Graham, 1999, s.22). 1993 yılında kişisel bilgisayarlarda işlemek üzere Mosaic isimli bir Web tarayıcı sık kullanılmaya başlanmış, daha sonra yeni tarayıcılar ve arama motorları hızla gelişmiş; bütün dünya, kelimenin tam anlamıyla dünya çapında bir ağ yaratarak internet'i kucaklamıştır (Castells, 2000, s.51). İnternet 20. yüzyılın sonlarına doğru, olağanüstü bir hızla yayılarak tarihin en

hızlı yayılma gösteren iletişim aracı olmuştur (Slevin, 2000, s.2). Askeri strateji ve bilimin işbirliği, teknolojik girişimcilik ve kültürellik karşıtı yeniliğin bileşiminin bir ürünü olarak 20. yüzyılın sonuna doğru ortaya çıkan internet (Castells, 2000, s.45), kişisel kullanımlara açılmasıyla ağını daha da geliştirmiştir ve ağların ağı olarak tanınmaya başlamıştır.

Bilgisayarların dört işlem yaptığı dönemden çok kısa bir süre içerisinde bu denli büyümesi; bilgiye ulaşma, güvenli ve hızlı bilgi aktarımı, bilginin aynı anda birçok kişiye ulaşması ihtiyacının doğurduğu bir sonuçtur. Bu ihtiyaç beraberinde de yeni bir iletişim ağının gelişmesine sebep olmuştur. Bu gelişmenin öylesine hızlı olmuştur ki internetin geniş kitlelere yayılma süreci ile tv ve radyonun yayılma sürecini karşılaştırdığımızda dünyayı radikal ve hızlı bir dönüşümün içine soktuğunu söylemek mümkün. İnternet birçok bilgisayar sistemini birbirine bağlayan ve her geçen gün büyüyen bir iletişim ağıdır. İnternet terimi, "international" (uluslararası) ve "network" (ağ yapısı) sözcüklerinin birleşmesinden oluşmuştur. Bu uluslararası ağ, birbirine sabit olarak bağlanmış yüksek hızlı iletişimi olan bilgisayarlardan oluşmaktadır (Karaduman, 2002, s.142). ABD'de radyonun 60 milyon insana ulaşması 30 yıl alırken; televizyonun bu yayılma seviyesine ulaşması 15 yıl aldı. İnternet ise, dünya çapında bilgisayar ağının gelişmesini izleyen üçyıl içerisinde bunu başardı (Castells, 2000, s.382). Bugün bakıldığında internetin 1990'larda uluslararası ağlar ile yaygınlaşıp hızla yaşamımıza girmesi sadece 25 yıllık bir geçmişe sahiptir. Şu ana kadar görülen en hızlı iletişim aracı olan internet anlık iletişim özelliğine sahip olduğu söylenebilir (Wendland, 2001,s 45). Dünya çapında bu kadar hızla yayılan interneti çok sayı da bilim adamı farklı ölçütler kullanarak tanımlamaya çalışmışlar ise de sonuçta, internetin bir iletişim ağı olduğu noktasında buluşmuşlardır (DiMaggio, 2001, s.23), internetin "bilgi erişimine ve kişiler arasında iletişime izin veren, bilgisayarlar ve diğer sayısal aygıtlar vasıtasıyla insanları ve bilgiyi birbirine bağlayan ağların, elektronik ağı" olduğunu vurgularken; Castells (2006, s.26), interneti "birçok insanı birçok insana bağlayan, gerçek zamanda gerçekleşen yeni bir elektronik iletişim teknolojisi, yeni bir örgütlenme biçimi, hatta yeni bir iletişim aracı" olarak tanımlamıştır.

Türkiye'nin internet ile buluşması diğer ülkelerde olduğu gibi devletin desteğiyle gerçekleşmiştir. İlk zamanlarında sadece akademik ortamlarda kullanılan internet Türkiye'de de hızlıca yayılmıştır. 12 Nisan 1993'te TUBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu), ODTÜ (Orta Doğu Teknik Üniversitesi-TR-NET) işbirliği ile DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) projesi çerçevesinde Türkiye internete bağlanmıştır. 64 kbit/san hızındaki bu hat ODTÜ'den uzun bir süre ülkenin tek çıkışı olmuştur. Daha sonra Ege Üniversitesi (1994), Bilkent (1995), Boğaziçi (1995), İTÜ (1996) bağlantıları gerçekleştirilmiştir (Karaduman, 2003, s.146). 2000 yılların başında ise Türkiye dünyada internette en çok

kullanıcıya sahip ilk 20 ülke içine girmiştir ve artık her evde bir bilgisayar ve internet olmaya başlamıştır.

İnternetteki bu gelişmeler hem dünyada hem Türkiye'de büyük değişimlere yol açmıştır. İçeriklerin çok ortamlı ve etkileşimli şekilde oluşturulmasına olanak sağlayan internet her alanda olduğu gibi medyayı da bir değişimin içine sokmuştur. İnternetle birlikte ortaya çıkan yeni gelişmelerle etkileşimli olarak ses, hareketli görüntü, metin ve resim gibi içerikler taşınabilir duruma geldi. Bu yapısıyla internet, radyoyu, televizyonu, gazeteyi, dergiyi, mektubu, kısa mesaj imkânını, telefonu hatta üstelik görüntülü telefonu, vb. aklımıza gelebilecek bütün iletişim türlerini ve araçlarını bünyesinde barındırmaktadır (Atabek, 2003 s. 68). Diğer bütün iletişim mecralarının tek bir ortamda birleştirilebilir olması internetin gücünü ve internete olan yatırımları da hızla arttırmıştır. İnternet bir taraftan günlük kişisel iletişimde, e-posta, eş zamanlı sohbet servisleri ve online forumlarla kullanıcıların ekonomik biçimde iletişimini sağlarken, diğer taraftan medya kuruluş arınca yeni bir mecra olarak kullanılmaya başlanmıştır (Gorman ve McLean, 2003, s.198). Başlangıcındaki amacına hizmet eden internet ağını genişleterek medya için uygun bir mecra oluşturmuştur ve "yeni medya" kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Medyada dâhil olmak üzere internete kadar olan süreçteki her şey geleneksel kalmaya başlamış, dolayısıyla yeniye olan ilgide yoğunlaşarak büyümeye başlamıştır. İnternet istatistikleri konusunda yaygın olarak kabul gören NUA'nm verilerine göre 2002 yılının sonuna doğru tüm dünyada kullanıcı sayısı 605 milyon civarındadır ve bu sayının 2005 yılında 1 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir (Salus, 2000, s.93).

Dünya üzerinde yaşanan beşeri, iktisadi ve kültürel değişimden iletişim ortamları da nasibini almaktadır. Bugün iletişimin formel yapısı bu değişimlerle birlikte farklı bir uğrak noktasında yer almaktadır. Bunun evrilme sürecinin olumsal olup olmadığı ayrı bir tartışma konusudur. Fakat günümüzde iletişim ve ortamın gelişim sürecine bakıldığında bu dönüşüm rahatlıkla görülebilmektedir (Öğüt, 2005). Her yeni teknoloji ile yeniden şekillenen medya ortamı internetin sunduğu olanaklar doğrultusunda girmiş olduğu bu dönüşüme ayak uydurmak zorunda kalmıştır. Medyanın yapısı gereği bu sürece adaptasyonu kısa sürmüştür internetin değiştirdiği birçok ortam gibi medyada buna uyum sağlayarak bütün yazılı ve görsel araçlarını internet ortamına taşımaya başlamıştır. Bu dönüşümle beraber medyada yeni kavramlar, yeni mesleki birimler, yeni bir iletişim felsefesi ve yeni bir medya etiği vb. kaçınılmaz olmuştur. Bu oluşuma da en hızlı dâhil olan gazeteler olmuştur, haber portallarını hızla internete taşımaya başlayan gazeteler ve haber kuruluşları internet haberi, internet haberciliği, online gazetecilik vb. kavramları ortaya çıkarmış internetin tüm nimetlerinden yararlanmaya başlamışlardır.

2.2 İnternet Gazeteciliğinin Doğuşu ve Özellikleri

Marshall McLuhan, matbaanın bulunuşundan evvel daha toplumsal odaklı bir iletişim olduğunu savunarak bunu küresel bir köye benzetmektedir. Matbaanın bulunuşundan sonra ise bireyciliğe dönüldüğünü belirtmektedir. Metinlerin yeniden üretilebilmesi tekniğiyle basının yaygınlaşan kullanımı, aynı anda ve aynı iletiyle çok geniş bir kitleye ulaşma olanağı sağlamakta; McLuhan bu yeni toplum modeline Gutenberg Galaksisi adını vererek, çağdaş toplumda elektrik ve elektronik medyanın yükselişiyle toplumun yeniden köy modeline doğru yöneldiğini belirtmektedir. Ek olarak McLuhan, 'Araç Mesajdır' sözüyle iletinin iletildiği araca göre farklı anlamlar kazandığını söyleyerek, soğuk ve sıcak araçlar tanımlaması yapmıştır (Bourse ve Yücel, 2012, s.107). Bu bağlamda elektronik iletişime geçiş, modernitenin deneyimsel doğasındaki bir değişimle ilişkilendirilebilir. En iyi ifadesini, sıcak araçların yerlerini kademeli olarak soğuk araçlara bırakmasında bulur. Sıcak bir araç katılıma izin vermez ve yüksek enformasyonel içeriğe sahiptir. Buna karşın soğuk araçlar izleyici katılımı için daha fazla alan bırakır ve daha düşük enformasyon yoğunluğu gösterirler (Stevenson, 2008, s.204).

Manuel Castells ise alfabenin ve matbaanın bulunuşunun o dönem toplumlarındaki değişiminden bahsederek bugünkü teknolojik dönemin getirisi ağ toplumunun da toplumda büyük değişimlere yol açacağını savunmaktadır:

> "İki binyedi yüzyıl sonra benzer tarihsel boyutlarda bugün, başka bir teknolojik dönüşüm gerçekleşiyor; çeşitli iletişim biçimleri interaktif bir ağ içinde bütünleşiyor. Ya da başka bir deyişle, tarihte ilk kez insan iletişiminin yazılı, sözlü, görsel işitsel biçimlerini aynı sistem içinde bütünleştiren bir hiper-metin ve meta-dil oluşuyor."(Castells, 2008, s.440)

Dutton'a göre internet, bireysel ve kurumsal ağ oluşumunu destekleyerek, olası etkin güç değişikliklerine öncülük ederek ve toplumsal ağların oluşumuna olanak sağlayarak yurttaşların düşüncelerini ya da duygularını açıkça dile getirebilme gücünü, bir başka ifadeyle, iletişimsel gücünü (Dutton, 2010, s.15) artıran beşinci gücü oluşturarak bireysel ve kurumsal ağlar arasındaki etkileşime niteliğinde bir dönüşüm sağlamaktadır (Dutton, 2009, s.3). Çünkü bir beşinci güç olarak internet, kendine özgüdür, teknik bir yenilikten çok daha fazlası olduğunu kanıtladığı diğer kurumsal alanlara açıktır ve aynı zamanda hem bireysel özgürlüğü genişleten hem de hükümetin kontrolünü ya da denetimini artıran ve sonuç olarak bilgisayar ile iletişim ağlarını destekleyen ve güçlendiren bir ağ olarak kabul edilmektedir (Dutton, 2010, s.15). Van Dijk'a göre ise internetin öncelikle bilgi ve iletişim aracı olduğu kabul edilmektedir. Eğlence ve elektronik ticaret gibi diğer gereksinimlerin ise ikinci sırada

geldiği savunulmaktadır (Van Dijk, 2005, s.152). Enformasyon ve iletişim teknolojilerini geliştirenler, kullananlar ve düzenleyenler tarafından ana hatlarıyla belirtilen bu bakış açısı, teknolojinin bazı özelliklerini bildiği için teknolojinin toplumsal sonuçları hakkında tahmin yürüten (teknolojik olarak) determinist düşüncenin niçin bu alana katkıda bulunan önemli bir faktör olduğunun altını çizmektedir. Ancak, toplumsal biçimlendirme fikri, zaman içerisinde internet kullanımının ve internetin etkisinin örneklerini gözlemleyerek teknik değişimin sonuçlarının ortaya konulmasına olanak sağlamaktadır. Örneğin, ağlar, yatay bir yerden bir yere iletişimin gerçekleştirilmesi için tasarlanabilmekte ya da çok daha hiyerarşik ve merkezileşmiş yapılar için oluşturulabilmektedir. Ağların amacı ya geniş toplumsal hedefleri vurgulamaktır ya da eğlenceyi gerçekleştirerek daha bireyci bir bakış açısını desteklemektir. Ancak, beşinci gücü oluşturan ağlar, daha genel olarak, iki ayırt edici ve önemli özelliğe sahiptir (Dutton, 2009, s.3):

1. Gerçek dünyada gücün el değiştirmesine öncülük edebilen ağları oluşturmak için enformasyon ve iletişim teknolojilerini kullanarak, düşüncelerini ya da duygularını açıkça dile getirebilme gücünü artırmak için bireyleri ve kurumları destekleme yeterliliğine sahiptir.
2. Sosyal paylaşım ağları aracılığıyla kamusal ve toplumsal bir avantaja sahip olan bireylere, ağlarını oluşturma olanağı tanıyan yeterlilikleri sağlamaktadır.

Dijitalleşme birçok alan gibi gazetecilik pratiklerini de etkileyen bir faktör haline gelmiştir. 15. yüzyılda matbaa aracılığı ile gerçekleşen devrimin ardından bugün dijitalleşme ile yeni bir döneme girildiğini söylenebilir. Yazının bulunması toplumda güç sahibi olanlar dışında kalanların da katılabildiği bir iletişim sürecini başlatmış, matbaanın bulunması kitlesel tüketimi mїmkün kılmış, dijital teknoloji ise kitlesel tüketim kadar üretim imkânlarını da ortaya çıkarmıştır (Binatlı, 2011, s.13). Dijital çağın bu değişimlerinin gazetecilik pratiği bağlamında da bir takım değişimlere etki ettiğini söylemek mümkündür. Bu değişimin en gözlenebilir yanı var oluş nedenleri haber verme olan gazetelerin, işlevlerini geleneksel yapısının yanı sıra internet ortamında da sürdürmeye doğru evirilen bir medya ortamına dönüşmeleridir. Bu bağlamda gazetelerin var olma sebebi olan haber, içinde barındırdığı çok katmanlı yapısı nedeniyle formel olarak düzenlenişi, tanımlanmasından ve kavramsallaştırılmasından daha kolay bir iletişimsel yapılanmadır. Bu iletişimsel yapılanmanın internet ortamındaki sunuş şekline farklı çalışmalar içinde online, sanal, dijital, elektronik gazetecilik, ayrıca web ya da internet gazeteciliği de denilmektedir (Kırçıl ve Karagüler, 2003).

İnternet gazeteciliğinin 1993 yılında Wired Magazine ile başladığı ifade edilmektedir (Mora, 2002, s.114). İnternet gazeteciliği; gazeteciliğin çeşitli yöntemleri kullanılarak bilginin

yazılı, görsel ve işitsel şekilde internet vasıtasıyla kitleye ulaştırılmasıdır. Bireysel ve toplumsal mirasın nesilden nesle aktarılmasında, kamuoyu oluşumunda ve tarihsel bilgilerin ham olarak ilk derlenip toparlanma yeri olan geleneksel türdeki gazetelerin yanında, enformasyon çağı ile beraber internet kullanımının yaygınlık kazanmasıyla günümüzde internet gazeteciliği olarak ifade edilen yeni bir gazetecilik türü meydana gelmiş bulunmaktadır (Gezgin, 2002, s.30). İnternetin yaygınlaşmaya başlamasından günümüze, online habercilik yapan dijital gazete sayısı 20.000'lere ulaşmış bulunmaktadır. Bu durum dijital gazeteciliğin, geleneksel baskı gazeteciliğinin yanında artık hissedilir bir kitle iletişim aracı olduğunu kanıtlamaktadır. Yayıncılığın ekonomik boyutu düşünüldüğünde online gazeteciliğin ne kadar önemli olabileceği ortaya çıkmaktadır. Öyle ki birçok ulusal gazetelerin toplam giderlerinin sadece %40'ı haberi toplama, yazma ve kurgulamaya ayrılmaktadır. Geriye kalan basım, pazarlama ve dağıtıma gitmekte olan %60'lık giderler ise, online gazetecilik ile ortadan kalkmaktadır (Harper, 2005)

Kullanıcılar interneti geleneksel medyanın bir parçası olarak değil ayrı bir medya kanalı olarak görmeye başlamışlardır ve sürekli internet kullanıcıları için internet majör bir medya kanalı haline gelmiştir. Amerika'da yapılan bir araştırma, aktif internet kullanıcılarının televizyon seyrettikleri zamanın %17'sini internete kaydırdıklarını ortaya koymaktadır. Aynı araştırmada katılımcılara televizyon, radyo, gazete ve internetin daha iyiye mi yoksa daha kötüye mi gittiği sorulmuş en çok tercih edilen televizyonun daha kötüye doğru gittiğini düşünenlerin oram %59 olarak çıkmıştır. Daha iyiye doğru gidişte ilk sırayı %59 ile radyo alırken, internetin daha iyiye gittiğini düşünenlerin oram %43 olmuştur (Doliver, 2002, s.31).

Bütün bir ülkeyi ya da dünyayı ilgilendiren önemli olaylar esnasında internet üzerindeki haber sitelerinin ziyaretçi sayısının artması, kullanıcının internet ortamındaki bilgiye yaklaşımını ortaya koyan bir göstergedir. MSNBC yetkilileri günlük ortalama 300.000 olan ziyaretçi sayısının Clinton ve Lewinsky krizinin ortaya çıktığı dönemde 830.000'e yükseldiğini söylemektedirler. Aynı kriz esnasında CNN'in de on-line ziyaretçi sayısında belirgin bir artış olmuştur. Clinton'un Lewinsky ile cinsel ilişkisini inkâr ettiği gün, CNN'in web sayfasında 12,8 milyon ziyaret gerçekleşmiştir (Holtz, 2000, s.65). 11 Eylül saldırıları esnasında ve sonrasında da televizyondan sonra en çok kullanılan haber kaynağı internet olmuştur. Yetişkinler daha detaylı bilgi edinmek, diğer kaynaklarda olmayan bilgilere erişmek ve son dakika haberlerini almak için yükselen oranlarda interneti tercih etmişlerdir.(Bucher, 2002, s.174).

Geleneksel medyanın iletişim araçları olarak nitelendirilen radyoların, televizyonların internet ortamına da taşınması ve özellikle gazetelerin elektronik halleriyle internette geniş yer bulması da reklam verenlerin ilgisini internet sektörüne kaydırmaktadır. Reklam

verenlerin de işin içine girmesi ve zaten geleneksel medyada büyük oranda söz sahibi olan ana akımın internet ortamında da yer alması ve ayrıca 'com' uzantılı sitelerin günden güne artmasıyla internetin ticarileşmiş olduğu konusunda şüphe bulunmamaktadır. Bu durum da bilgi kaynaklarına erişimin ve özgür iletişimin sağlanabilmesi açısından önemli bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Artık günümüzde internet hem kendi başına bir haber aracıdır hem de diğer vasıtaları birbirine bağlamaktadır. Global gazetecilik kadar dünya çapında alışverişi de kolaylaştırmaktadır. 1600'lerde ilk gazetecilik İngiltere'deki kahve evlerinde halk arasında yapılan sohbetlerden ibaret iken şimdi ise toplumun yeni kahve evi olma görevini internet üstlenmektedir (Hargreaves, 2006, s.186).

Yeni medya gazeteciliği; sanal gazetecilik ve online habercilik ifadelerinin de isim olarak tercih edildiği "internet gazeteciliği" olarak tanımladığımız alanı kapsamaktadır. İnternet gazeteciliği, yazılı basın ve görsel medyanın pahalı yatırımlarına ihtiyaç duyulmadan hem daha az maliyetli yapısı hem de yazılı ve görsel medyanın fonksiyonlarını içeren niteliği ile medya sektöründe yeni bir alan doğurmaktadır (Çakır, 2007, s.123). Geleneksel medya gazeteciliğine göre; daha hızlı ve pratik olması, kullanıcı yani okuyucuyu interaktif pozisyona getirmesi ve zaman ve mekândan sınırsız olması nitelikleriyle internet gazeteciliği tercih sebebi olmaktadır. İnternet gazeteciliği ile geleneksel gazetecilik; kurum yapıları, pazara giriş olanakları, haber üretim yapıları ve etkileşim alanlarında da birbirinden farklılık göstermektedir. Yeni medya, geleneksel medyadan farklı olarak enformasyonun geniş kitlesel paylaşımına fırsat tanımaktadır. Özellikle okurun, tepkisini aracısız bir biçimde anında verebilme imkânına sahip olarak haber yapım sürecine de doğrudan etki etmesi internet gazeteciliğinin önemini artırmaktadır. Ayrıca yeni medyanın göreceli olmakla birlikte geleneksel medyaya nazaran daha masrafsız ve daha geniş bir hedef kitleye sahip olduğu görülmektedir (Geray, 2003, s.19). Nurdoğan Rigel'e göre, "gazetecilik için en uygun ortam internettir. Çünkü kâğıt olarak da ekran olarak da gazetecilik sanal bir iştir. İki sanalın birleşmesiyle gerçek sanal ortaya çıkmaktadır." Oya Tokgöz (2000, s.344) ise internet gazeteciliğini üç döneme ayırmaktadır: "ilk dönemde gazeteciler haberi kendi geleneksel gazeteleri için yapmış ve internete de aktarmışlardır. İkinci dönemde gazeteciler, internet için özgün haber içerikleri üretmişlerdir. Üçüncü dönemde ise kullanıcıya haber içeriğini denetleme fırsatı doğmuş ve tek yönlü iletişim yerine interaktif iletişim sağlanmıştır."

İnternet, haber-gazeteci-okur bağlamında ortaya koyduğu değişimlerin yanı sıra yazılı basına bir takım avantajlar da sağlamaktadır. Örneğin, bir anda dünyadaki tüm haberlere bir klavye ile ulaşabilme imkânı koltuğundan kalkmadan haber yapmak isteyen gazeteciler için çok önemli bir kaynak haline gelmektedir. Sıkı ve meraklı bir internet gezgini, gün içinde birden fazla iyi haber yakalama fırsatına erişmektedir (Çakır, 2007, s.142). İnternet, kendine

özgü yapısından dolayı, yalnızca mevcut kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasına olanak veren bir vasıta olarak kalmamış, bununla birlikte bilginin yeniden üretildiği ve yeni şekillerde sunulduğu bir ortam halini almıştır. Ayrıca kitle iletişimi daha özgür, daha demokratik ve interaktif yapıya dönüşmüştür. İnteraktif katılımcılığı artıran, katılımcı demokrasiyi oluşturan bu bağ, büyümeye devam etmektedir. Bu yeni teknoloji de mesajın denetlenmesi ve düzeltilmesi, daha basit olmuş ve geri besleme belki ileti kadar hususi bir hale gelmiştir. Böyle bir medyanın herkes tarafından kullanılabilmesi, her yaşa hitap edebilmesi kullanımını ve gücünü arttırmıştır. Böylece web erişimi, doğrudan doğruya her vatandaşı bir muhabir pozisyonuna getirmiştir. Şahsi web sitelerini açanlar, cep telefonlarıyla bir olayı anında görüntüleyip internette yayınlayanlar gün geçtikçe çoğalmaktadır (Çakır, 2007, 146).

Küresel erişime sahip, bütün iletişim araçlarını birleştiren, karşılıklı etkileşim potansiyeline sahip, yeni bir elektronik iletişim sisteminin ortaya çıkışı kültürümüzde büyük değişikliklere yol açacaktır. Dünyanın birçok yerinde, internet gazeteciliğinin genelde “haber eleştirisi” ilkesine göre işlev görmektedir. Bağımsız haber sitelerinin, yalnızca ana akım medyanın sunduğu gerçek tanımlamalarını eleştirel açıdan yeniden gözden geçirmekle yetinmeyip, aynı zamanda bazı aşırılıkları düzelttiklerini de söylememiz mümkündür. Bu haber siteleri aynı zamanda, uluslararası gazetelerin sahip olamadıkları kadar büyük dürüstlüğe sahip bir habercilik anlayışının hayata geçirilmesine de olanak sunmaktadırlar (Köse, 2007, s.270). Medya sektöründe internet medyasına bu yaklaşımın daha da etkin hale gelmesi ise, 2008 yılında ortaya çıkan ekonomik krizin etkisiyle olmuştur. Ekonomik kriz nedeniyle yayıncılık faaliyetine son veren çok fazla kuruluş bulunmazken, Türk medyasında krizi atlatabilmenin yolları medya çalışanları üzerinden hareketle aranmıştır. Birçok medya çalışanı işten çıkarılmış ve adeta krizin ilk kurbanları olmuşlardır. 13 Şubat 2009 tarihinde başlayan Sabah-ATV grevi ise kriz nedeniyle işten çıkartılmaların sembolü haline gelmiştir. Finansal krizle birlikte, geleneksel medyanın internet medyasına bakış açısı da değiştirmiştir. İnternet ve diğer yeni medyanın gücünü kendileri için bir tehdit olarak algılayan ana akım medya holdingleri, finansal krizle birlikte bu yaklaşımlarını değiştirmiş, hatta yayıncılık faaliyetlerini ağırlıklı olarak yeni medya alanına kaydırmışlardır (Taylan, 2012, s.184).

İnternet teknolojisi, birden çok medya sistemini kendinde buluşturur. Başka ifadeyle kullanıcıya çoklu ortam/araç sunar. Multimedyanın/çoklu ortamın tanımı: “metin, illüstrasyon, ses ve video gibi mevcut tekniklerin aynı potada kaynaştırılmasıdır” biçiminde yapılmaktadır. Böylelikle, kitlesel ve bireysel iletişim arasındaki sınırları ortadan kalkmakta, farklı medya sistemleri, örneğin radyonun ses verileri, televizyonun video ve animasyon verileri, basılı medyanın fotoğrafları ve metinleri birbiriyle iç içe/yan yana ve aynı anda

kullanılabilir hale gelmektedir (Halıcı, 2011, s.160). Konvansiyonel medyaların yöndeştiği, multimedya haber faaliyetlerinin ve ürünlerinin somutlaştığı bir mecra olarak internet, yeni medya uygulamaları açısından oldukça önemlidir. Günümüzde pek çok türden içeriğin taşınmasında ve dağıtımında önemli olduğu kadar merkezi bir konumda da olan internet, kültürün endüstriyel üretimi ve tüketimini dönüştürme açısından geleneksel medya kurumlarının faaliyetlerinin değişimine zemin hazırlayan bir role sahiptir. Bu değişimler haber üretiminden, haberin içeriğinin oluşturulması ve dağıtımına kadar bir dizi gazetecilik pratikleri üzerinde kendini göstermektedir. Gazetecilik kitle iletişiminin gelişmesi ile birlikte yeni donanımlar kazanmaktadır. Her kitle iletişim aracının kendine özgü yapısı içerisinde gazetecilik pratikleri şekillenip gelişmektedir. Dahası internet, gazetecilik uygulamalarının yanında geleneksel okuyucu konumunda da değişimin işaretini vermekte, geleneksel okuyucu yeni medyalarla birlikte "kullanıcıya" dönüşerek aktif hale gelmektedir (Yıldırım, 2009, s.41). İnternetin medya üzerindeki en önemli etkilerinden bir tanesi, haber toplama araçları sürecindeki değişimler de kendini göstermektedir. İnternet haber odalarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş, oturulan yerden bilgisayar aracılığı ile Sayısız bilgi kaynağına ulaşma imkânı gazetecilere bir "masa başı" işi niteliğinde kazandırmıştır.

Yeni medya terimi 1990'ların ortalarından itibaren iş ve sanat çevrelerinde multimedya (çoklu ortamlar) kavramının yerine kullanılmaya başlar. Multimedya 'veri, ses, metin, hareketli ya da hareketsiz grafik görüntü, resim ve film gibi farklı iletişim elemanlarını bir iletişim şebekesi içinde bir arada bulunduran platformdur. İşte bu yeni medya büyük oranda bilgisayar teknolojisine dayanmakla beraber sadece dijital bir medya değil, aynı zamanda etkileşimli bir enformasyon dağıtım aracıdır. Etkileşim ve multimedya özelliğine sahip olması yeni iletişim teknolojilerinin en ayırt edici özelliğidir (Aydın, 2011, s.104). Network bağlantılarının dünyamızı kuşatması, McLuhan'ın deyimiyle "küresel köy" durumuna gelen yerkürede, artık tüm okuyucuların istenilen zamanda ve mekânda internet aracılığıyla gazeteye ulaşmalarını olası duruma getirmiştir. Küresel köye dönüşen yerkürede, artık geleneksel olarak yerel ve uluslararası düzeylerde ortaya çıkan toplumsal, ekonomik, kültürel gelişme ve değişim ile dönüşümlerin birbirlerinden ayrı olarak düşünülmesi, değerlendirilmesi ve algılanması mïmkün değildir (Gezgin, 2013, s.31).

Yeni medyayı özelliklerini açıklayan Rogers, bu özellikleri; etkileşim (Interactivity), kitlesizleştirme (Demassification) ve eş zamansızlık (Asynchronousity) olarak tanımlamaktadır (Tıngöy ve Bostan, 2007, s.235). Etkileşimi açıklayan en önemli modellerden biri Rafaeli'ye aittir (Öğüt, 2006). Kitlesizleştirme, bağdaşık (homojen) mesajların geniş bir grup insana aktarılması yerine, yeni medyanın kişiselleştirilmiş veözel mesajları belirli kullanıcılara gönderebilmesi olarak açıklanmaktadır. Eş zamansızlık ise yeni

medyanın senkronize olmaya gereksinim duymadan mesaj gönderme ya da almaya olanak tanımasıdır. Kullanıcılar, bilgileri istedikleri zaman almakta ve aldıkları mesajlara istedikleri zaman yanıt gönderebilmektedirler (Tıngöy ve Bostan, 2007, s.235). Rogers'a göre, yeni medyanın üçözelliği vardır (Aktaran; Geray, 2003, s.18-19):

a) Etkileşim (interactive): İletişim sürecinde etkileşimin varlığı gereklidir. Alıcı ve verici tarafların eş zamanlı iletişimidir.
b) Kitlesizleştirme (demassification): Büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir.
c) Eşzamansız (asenkron) olabilme: Yeni iletişim teknolojileri birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme veya alma yeteneklerine sahiptirler. Aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırırlar.

> "Yeni medya olanaklarının getirisi online gazeteler, daha çok kaynaktan ve daha fazla bilgi almayı sağlar. Ancak bu durum yüksek bir enformasyon bombardımanına maruz kalmak anlamı da taşır. Umberto Eco, bu konunun altını çizmektedir: "İnsanoğlunun belleği tümüyle bilgisayara geçirilince ne olacak? Yirmi satırlık bir bibliyografya daha yararlı, çünkü sonuçta okuduğunuz üç kaynağın ismini aklınızda tutabiliyorsunuz. Peki, bir tuşa basınca karşınıza gelen 10 bin başlıklı bir bibliyografya neye yarar? Ancak çöpe atılır. Fotokopi de aynı. Okumayı, dolayısıyla bilgiyi öldürüyor. Eskiden kütüphaneye gider beni ilgilendiren konular hakkında notlar alırdım. Şimdi kolay olduğu için binlerce sayfa fotokopi çektirerek eve geliyorum. Dolayısıyla bütün sorun bu aşırı bilgilenmeyi süzgeçten geçirmeyi başarabilmekte ve bunu anında yapmakta düğümleniyor Çünkü elemeyi yapabilmek için eskisi kadar zamanımız yok" (Kara, 2003, s.121).

Yeni medya, gazete, radyo ve televizyona ait özelliklerin bir araya toplanması sonucunda geleneksel medyanın özelliklerini taşıyan ve tüm bu özellikleri kendi teknolojik yapısında kapsayabilen bir yapıdır. Aslında yeni medya, kullanıcılar tarafından dijital kanallar kullanılarak tüketilebilecek hizmet ve ürünlerin oluşturulması ve bunların etkin bir şekilde pazarlanması için bilgisayar teknolojisi, telekomünikasyon ve içeriğin, kreatif bir şekilde birleştirilmesidir (Gürbüz, 2010, s.45).

2.3 İnternet Teknolojisinin Haberciliğe Getirdiği Avantajlar

Yeni iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu pek çok yenilikle hem haber hem de

gazetecilik bir değişime uğramakta böylece haber üretim tarzı da incelenmesi gerekli görülen bir süreç olarak ele alınmaktadır. Ancak yeni iletişim ortamını, eski, geleneksel ya da mevcut iletişim ortamından ayrı düşünmemek gerekir. Dolayısıyla medyayı eski/yeni biçiminde, yapay bir bölünmüşlük içerisinde değerlendirmek, her ikisinin sistem içerisinde bir bütünü oluşturduklarını; birbirlerine eklemlenen, birbirlerini destekleyen yapıları ve işleyişleriyle sistemin güç-iktidar yapısına süreklilik kazandırdıklarını görememek anlamına gelecektir (Törenli, 2005, s.16). Yeni iletişim teknolojilerinin iletişim araçlarında sağladığı hız, depolama, çeşitlilik, veri, görüntü, ses ve metnin bir arada daha verimli bir şekilde kullanıldığı multimedya yapıyla birlikte haber kurumlarının organizasyon yapıları, haberin üretimi ve sunumunda birtakım değişiklikler olmakta ve buna bağlı olarak da gazetecilik pratikleri dönüşmektedir (Yıldırım, 2009, s.41). Değişen gazetecilik pratiklerini şu başlıklar altında sıraya koymak mümkündür:

- Haberin çok hızlı verilebilmesi.
- Okuyucunun interaktif hale gelerek kullanıcıya dönüşmesi.
- Okurun habere 24 saat dilediği zaman ve dilediği yerde ulaşabilmesi.
- Haberin her an güncellenebilmesi.
- İnternetin olduğu her yere gazetenin de ulaşabilmesi.
- Dağıtımcı görevini artık herkesin üstlenebilmesi.
- Haber arşivine daha pratik ulaşabilme imkânının oluşması.
- Haber içeriğine anında müdahale edebilme fırsatının doğması.
- Ses, görüntü ve metnin birleşmesiyle haber içeriğinin daha etkin olması.
- Çeşitli haber kaynaklarına daha rahat erişimin sağlanması.
- Vatandaş gazeteciliğinin ortaya çıkması.
- Abonelik sitemi ile çalışan birkaç gazete dışında genel olarak gazeteye ücretsizulaşabilme imkânının olması.
- Haber içeriği anlamında daha çeşitli ve daha kapsamlı bir alanın meydana gelmesi.
- Gazetecinin haber merkezine bağlı kalmaktan kurtulması.
- İnteraktif etkileşim ile okurun haber yapım sürecine etkide bulunabilmesi.
- Gazeteciye yeni teknik beceriler öğrenme yükümlülüğünün getirilmesi.
- Bütün bunlarla birlikte gazetecinin görev alanının genişlemesi ve sorumluluğunun artması (Yurdagül ve Yüksel, 2012, s.150)

Yeni ve alternatif medya olarak internetin en büyük avantajı, özgür bilgi edinimi için yeni kapılar aralamasıdır. İnternet ortamında, her türden bilgiye anında ulaşılabildiği gibi, bilgi daha çok kişiye daha kısa zamanda ulaştırılabilir. Ayrıca internette okuyucu/izleyici ile

etkileşimli bir yayıncılık söz konusudur; kullanıcı, okuduğu haberle ilgili duygu ve düşüncelerini dile getirebilmekte ve yorumda bulunabilmektedir. Tek taraflı bir iletişim söz konusu değil. Birebir iletişim, anında ve etkileşimli olarak erişebilir olması, içeriklerinin her an yenilenebilmesi ve haberlerin her an güncellenebilmesi, internet haberciliğinin diğer kitle iletişim araçlarından farklılıklarını ortaya koymaktadır (Çakır, 2007, s.125). Klasik gazete birkaç baskı yapabilir, ama internet'teki gazete, her an ve sürekli yenilenebilir. Ayrıca, klasik gazetede sadece o sırada yazılı olan haber-makale okunur. İnternet gazetesinde ise, okuyucu bazı komutlarla haber-fotoğraf-makaleye ilişkin yan konulara ve referanslara kolayca ulaşabilir. Yine de açıklıkla ifade etmek gerekirse, yazılı basın açısından gerek televizyon gerekse internet önemli bir meydan okuyuştur. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, yazılı basının karşı karşıya kaldığı ve/veya kalacağı tehlikeleri kısaca sıralamak gerekirse şunları belirtmek mümkündür:

- Tiraj düşüşü,
- Pazar payı düşüşü,
- Reklam harcamaları ve gazete girdilerindeki fiyat artışları,
- Piyasadaki nakit para akışındaki güçlük ve sorunlar,
- İnternet ve televizyonların gazetelere oranla reklamcılar tarafından daha kolay tercih edilebilir olması (Özgen, 2000, s.61).

Bütün teknolojik yenilikler gibi, internet ortamı da beraberinde çeşitli tartışmalar getirir. Teknoloji sayesinde bilgiye hızlı ulaşmak, haberi yaymak, daha geniş bir kitleye ulaşmak, erişim zamanını izleyicinin seçmesi habercilik açısından olumlu gelişmelerdir. Ancak tüm bunlar izleyiciler açısından hiç olmadığı kadar çok bilgiye maruz kalma riskini de beraberinde getirir. Üstelik kaynağın güvenilirliği her zaman net değildir (Aydın, 2014, s.118). İnternet üzerinde bilginin özgür biçimde kullanılması ve kontrolsüz bir şekilde dolaşıma sokulması hata ve suiistimal potansiyelini de arttırmaktadır. Kitap, gazete, radyo ve televizyondaki bilgiler genel olarak belli bir kontrol ve doğrulama sürecinden geçtikten sonra okuyucuya/izleyiciye ulaşırken böyle bir kontrol, internet için söz konusu değildir. Bazı gazete ve televizyonların internet siteleri, temsil ettikleri organlar gibi, bilgiyi eşik bekçileri kuramına uygun olarak kontrol sürecinden geçirdikten sonra kullanıcıya ulaştırsalar da bu siteler internet üzerinde var olan bilginin çok az bir kısmım temsil etmektedirler (Basım, 2002, s.22).

Her yeni iletişim teknolojisinde ortaya çıkan güvenilirlik sorgulamasının internet hakkında da gündeme gelmesi üzerine bazı araştırmacılar, kullanıcıların sanal ortamdaki bilgiyi neye göre güvenilir bulup bulmadıklarını ortaya koymak amacı ile çalışmalar

yapmışlardır. Bazı uzmanlar internet üzerinde hiçbir kontrol olmadan yaşanan serbest bilgi akışı nedeni ile interneti medyanın güvenilirliğini azaltmakla suçlamaktadırlar. Onlara göre basılı medya kaynakları ve onların online versiyonları, profesyonel uygulama standartları ve sosyal baskılar nedeni ile doğra ve tarafsız haber sunarken bu, internet üzerindeki diğer kaynaklar için söz konusu değildir (Salus, 2000, s.92). Çalışmalarda göze çarpan ilk güvenilirlik kriteri kullanım sıklığıdır. Kullanım sıklığı ve güvenilirlik arasında doğra bir orantı olduğu görülmektedir. Katılımcılar en sık kullanıldıkları medya ortamını diğerlerine nazaran daha güvenilir bulduklarını ifade etmişlerdir (Basım, 2002, s.15). Kullanıcının yararlandığı medya ortamı ile ilgili deneyimi bilginin güvenilirliğini belirlemesinde bir başka önemli unsur olarak görülmüştür. Araştırmalarda, deneyimli internet kullancılarmın bilginin güvenilirliğini daha iyi değerlendirdikleri ortaya çıkmıştır. Flanagin ve Metzger, insanlarm internet kullanımında daha deneyimli hale geldikçe, hangi sitelerin güvenilir, hangilerinin olmadığı konusunda bir görü kazandıklarını belirtmektedirler (Basım, 2002, s.12). İnternette her kapı, her adres farklı bilgi yığınını temsil etmektedir. Her kullanımda, hangi kapının hangi bilgiyi temsil ettiğini öğrenen kullanıcı, zamanla aradığı bilgileri en doğra şekilde hangi kaynaktan elde edebileceğini öğrenir. Bu da devamlı kullanıcıları, diğerlerine nazaran bilginin güvenilirliğini değerlendirme açısından daha avantajlı kılmaktadır. UCLA (University of California, Los Angeles) tarafından yapılan bir araştırma, internet üzerindeki bilgiye, internet kullanıcısı olmayanların, devamlı kullanıcılara göre daha şüpheli baktıklarını ortaya koymuştur. İnternet kullanıcılarının yarısından fazlası (%54.7) internet üzerindeki bilginin büyük çoğunluğunu ya da hepsini güvenilir ve doğru bulurken; kullanıcı olmayanların yalnızca üçte biri bu görüşe katılmıştır (Mashek, 1996).

Alternatif medyanın yeni enformasyon teknolojileri üzerinden etkinlik göstermesinin ve teknolojinin bu yönde kullanımının son 20 yılda öne çıktığı söylenebilir. En kısa tanımıyla alternatif medyalar, “egemen olmayan” ve kendilerini her tür iktidar ilişkisinin uzağında konumlayan medyalar olarak tanımlanmaktadır (Köse, 2007, s.252). Türkiye’de en fazla alternatif olma özelliği taşıyan alan internet gazeteciliği ya da internet haber siteleridir. Birçoğu “haber gözlemi” ve “haber eleştirisi” yapmalarına karşın, internet haber siteleri, aynı zamanda, ideal habercilik ölçütlerinin ne olması gerektiğine ilişkin de önemli ipuçları sunmaktadırlar. Haberlerin güncellenmesi ve hızlılığı, diğer habercilik türlerine göre okuyucu-izleyiciyle karşılıklı etkileşim esasına dayalı oluşları ve düşük bir maliyetle iş yapmaya olanak sunmaları nedeniyle birçok avantajlara sahiptirler (Köse, 2007, s.353). Özellikle internet haberciliğine bakıldığında, haber sitelerinin büyük çoğunluğunun haber kaynaklarının ana akım medya kuruluşları ya da ana akıma haber servisi yapan haber ajansları olduğu görülmektedir. Alternatif yayıncılık yaptığı iddiasında olan medya kuruluşlarının ana

akımla aynı haber kaynaklarından yararlanması bu anlamda dikkat çekicidir (Taylan, 2012, s.410). İnternet gazeteciliğinin geleneksel medyadan farklı olarak belirgin biçimde ön plana çıkan dört yönü; hızı, detaylara izin vermesi, geri dönülebilir olması ve yayıncı açısından da okuyucu açısından da özgürleştirici olma özelliğidir (Dilmen, 2005: 96). Yeni ortamların beş temel niteliği vardır:

- Sayısal temsil
- Modülerlik
- Otomasyon
- Değişkenlik
- Kod çevrimi

Yeni ortamlar, bütün bilinen farklı ortamları bir araya toplama yetisine sahip bir özelliktedir. Buna multimedia ya da çoklu ortam denilmektedir. Metin, durağan görüntü, hareketli görüntü, ses gibi ortamların birliktelikleri bu özelliği meydana getirmektedir. Yapı olarak yeni ortamların başlangıç ve sonları katilik taşımamaktadır. Bir başka deyişle yeni ortamlar rastgele erişim sağlamaktadır. Böylece istediğimiz veriye istediğimiz anda ulaşabiliriz (Öğüt, 2005, s.4). Sayısal temsil, ortamın kodlardan, yani matematiksel simge ve algoritmalardan oluşmasıdır. Böylece yeni ortamdaki bütün veriler sayılabilir ve programlanabilir bir hale gelerek daha tutarlı davranmaktadır (Manovich, 2001, s.56).

Etkileşim, en az iki nesne arasındaki iletişim vasıtasıyla, nesnelerin birbirlerini davranışsal ya da biçimsel olarak değişikliğe uğratmasıdır. Yeni ortamlar etkileşim opsiyonu sunmaktadır. En önemli dönüşüm bu alanda yaşanmıştır. Shannon ve Weaver'in iletişim modelinde kaynak ve alıcı arasındaki iletişime ek olarak alıcıdan kaynağa doğru bir geri bildirim mevcuttur. Geri bildirim, kaynağı, alıcıya iletiyi gönderdikten sonra alıcının kaynağa geri gönderdiği ileti şeklinde açıklanabilir. Ancak etkileşim, geri bildirimden farklıdır. Alıcı, kaynağın tasarıladığı iletinin tamamını almadan duruma mıüdahale edebilme seçeneğine sahiptir. Böylece kaynak da etkileşim doğrultusunda asıl iletiyi değiştirmeye yönelmektedir. Bu durumda kaynak, alıcıya istediği etkiyi doğrudan yansıtamamakta, aksine alıcı kendi istekleri doğrultusunda kaynağı manipüle edebilmektedir (Öğüt, 2005, s.5-6).

Kitle iletişim araçlarını, siyasal ve toplumsal bağlamı içinde ele alan politik seçme yaklaşımı, siyasal önceliklerin iletişim teknolojilerinin kullanımlarını belirlediğini söylemektedir. Bu yaklaşıma göre teknoloji hem siyasal sistem tarafından yönlendirilen bir araç olarak değerlendirilmekte, hem de teknolojinin yarattığı ideolojik ve kültürel sonuçları dikkate alarak eleştirel çalışmaların kimi yaklaşımlarından beslenmektedir. Önemli olan teknolojinin kendisi değil, hangi ellerde ve nasıl kullanıldığıdır. Bu nedenle, kitle iletişim

araçları kendiliğinden olumlu ya da olumsuz politik, toplumsal sonuçlara neden olamazlar. Bu sonuçlar iktidar ilişkileri içinde siyasal öncelikler tarafından belirlenmektedir (Timisi, 2003, s.50)

Bireysel ve sosyal ihtiyaçlar, teknolojik yapıyı tetiklemiş; teknolojik gelişmeler ise zamanla bireysel ve sosyal yapıyı dönüşüme sürüklemiştir. Bu bağlamda iletinin ortam tarafından manipüle ediliyor olması gerçeği ile karşı karşıya kalınmaktadır. Teknolojinin belirleyiciliği Marshall McLuhan'ın teknolojik determinizim kuramında etraflıca ele alınmıştır. McLuhan'a göre teknoloji oldukça belirleyici bir güce sahiptir. Bu güç öyle bir güçtür ki aslında ortam, iletinin ta kendisidir. Söz gelimi televizyon vasıtasıyla verilen bir ileti ile sinema vasıtasıyla verilen bir iletinin içeriği tıpatıp olsa dahi, sonuç olarak farklıdır. Gazete de okunmuş bir haber ile televizyonda seyredilmiş aynı haberin alıcı üzerindeki etkileri farklıdır McLuhan'ın araç üzerine yüklediği bu anlamı salt teknoloji ile ele alacak olursak, sosyo – kültürel etkileri göz ardı edebiliriz. Bu nedenledir ki Neil Postman, bu d.nüşümü anlayabilmenin sadece teknoloji ile mümkün olmadığını savunmaktadır. Postman'a göre toplumlarda geçerli olan iletişim biçimi, kültürü belirlemektedir. Teknik alandaki her ilerleme bir gelişme olarak nitelendirilmemelidir. Teknolojinin insan üzerindeki etkisi su götürmez bir gerçektir. Postman, bu dönüşümün ancak sorgulamaya, bilimsel düşünceye, tarih bilincine ve kuvvetli bir lisan eğitimine olanak sağlayan akılcı bir eğitim süreciyle mümkün olabileceğini savunmaktadır (Rigel, 2003, s.116). Her doğal olgu gibi iletişim ortamları da dönüşmektedir. Bu dönüşüm her ne kadar doğalsa da anlaşılmaya ihtiyacı vardır. Ortamlardaki teknolojik ve teknik dönüşüm oldukça önemli bir konudur. Ancak bu dönüşüm sadece donanımsal ya da yazılımsal olarak incelenmemelidir. Dönüşümün insan ve toplum üzerindeki etkisi de irdelenmelidir. Böylece gerçek algı seviyesine ulaşılacaktır (Öğüt, 2005, s.9).

1990'ların ortasından itibaren uluslararası haber akışı, etkileşim, çabukluk, çeşitlilik ve erişim ile tanımlanan yeni bir gazetecilik anlayışı belirmeye başlamıştır. Bu yeni anlayış izleyici/kullanıcılar ve gazeteciler için çeşitli avantajlar barındırmakla beraber, geleneksel basın anlayışı ve değerlerinin yeniden tanımlanmasını gerektiren bir altüst oluşu da beraberinde getirmiştir. (Aydın, 2014, s.103). Kitle iletişim araçlarının McLuhan'ın Galaksi'si olduğunu belirten Castells, izleyicinin pasif bir nesne olmaktan çıkıp interaktif bir özneye kavuştunun altını çizer. Yeni araçların ortaya çıkışı, yazılı iletişim biçimlerinin görsel eğimini kırmış, dünya yurttaşlarını sözlü kültürlerle pek çok benzerliği olan, ortak bir kültüre geri döndürmüştür. Küresel köy, hiyerarik tekbiçimli ve bireyci matbaa kültürünü ortadan kaldırmış, yerine de eşzamanlı olayların dokunsal kültürünü geçirmiştir. Elektrik hızlı koşullarında, bölüm (department) egemenlikleri de ulusal egemenlikler gibi hızla eriyip

gitmiştir. Merkezden kenarlara daha eski, mekanik, tek yönlügenişleme şekillerine saplanıp kalmak günümüzün elektrikli dünyasında geçerli değildir. Elektrik merkezleştirmez, merkezsizleştirir (Stevenson, 2008, s.206).

Yeni iletişim araçlarının katılıma olanak sağlaması ise iletişim alanını genişletmiş ve aktif bir kullanım alanı doğurmuştur. Bu da çift yönlü bir iletişim anlamına gelir. Online gazetelerde de yorum yapabilme olanağı sıcak bir araç olan gazeteyi soğuk bir araca dönüştürür. Elektrikle, televizyonla ve bilişimle modern elektronik çağ yeni bir sonuçla belirir. Soğuk medyanın yeni egemenliği. McLuhan'a göre, soğuk medya daha çok katlım gerektirir. Ve sıcak medyanın tersine, alıcı iletiyi tamamlamaya yöneltir. Katılım kavramı önemlidir: Ayrıca iletinin okunması becerisi, dikkatin çekilmesi, öteki alıcılarla söyleşim, göndericiye yanıt gibi yeni teknolojiler kişiler arası iletişimde bir saydamlık getirir. Bir başka sonuç, iletinin, artık matbaa tarafından dondurulmuş olmadığından, içeriğine indirgenememesidir. İleti esnek, değişken, evrilebilir duruma gelmiştir ve taşıdığı bilgi artık ikincil bir öğe olma eğilimindedir, önemli olan nasıl iletildiğidir. (Bourse ve Yücel, 2012, s.107)

Gazetecilik sektörünün devlerinin geleceğin potansiyel pazarı olarak interneti görmeleri ve bu yönde girişimlerde bulunmaları (Dahlgren, 1996, s.60), ayrıca sektördeki yöndeşmelerin yoğunlaşması da gözönüne alındığında, gazetecilerin iş yapma mantığı ve becerilerinin internet ve yeni iletişim teknolojileri çerçevesinde şekilleneceği anlamına gelmektedir (Giles, 2007, s.89). Medya ve biliçim sektörlerinin birleçmesiyle ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri bütünleşik bir medya sunmaktadır. Bilgi, iletiçim, medya sektörlerinin bilgisayar ve ağ teknolojisiyle birleşmesinden meydana gelen bu sanal yayıncılık ortamı, gazete, radyo, televizyon gibi geleneksel medyalardan farklı olarak karşılıklı etkileşimi ve kişisel yayıncılığı mümkün kılmaktadır. Yeni medya adı verilen bu sanal ortam, kimi çevrelerce internet ile özdeşleştirilse de cep telefonları, sayısal televizyon, uydu iletişimi, interaktif televizyon, sanal gerçeklikler, bilgisayar oyunları gibi açılımları nedeniyle bu tip sınırlamalara gelemeyecek kadar kapsamlıdır. Gözlemlenen, yeni medyanın tanımlanmasında sınırların tam anlamıyla çizilmiş olmadığıdır (Karaduman, 2003, s.141-155).

İletişim ve internet teknolojisinin son yıllardaki gelişimi gazetecilik açısından da değişimi işaretleri olmuş, haber kaynaklarına ulaşmak ve bir haberi başka unsur ve kaynaklarla desteklemek açısından gazetecilik için oldukça önemli bir alan sunmuştur (Gezgin, 2002, s.36). Birçok elektronik iletişim teknolojisi gibi internet de sahip olduğu teknolojik özellikler sebebiyle gazeteciliğe birtakım yenilikler getirmiştir. İnternet, gazetecilerin haber kaynaklarına ulaşmalarından haberlerin okuyuculara sunulmasına, okuyucuların gazeteciler ile arasında olan iletişimine kadar pek çok şeyi değiştirmiştir. Hatta

İnternet Gazeteciliği denilen, etkileşim (interactivity), çoklu ortam (multimedia) ve bağlantılı metin (hypertextuality) (Deuze ve Paulussen, 2002, s.237) nitelikleriyle diğer gazetecilik türlerinden ayrılan yepyeni bir gazetecilik türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu üç dönemde görülen İnternet gazeteciliğine ilişkin modeller, Deuze tarafından ana akım (main stream) haber siteleri, indeks ve gruplama (index & category) siteleri, eleştiri ve yorum (meta & comment) siteleri ve paylaşım ve tartışma (share & discussion) siteleri olarak gruplandırılmıştır (Kırçıl ve Karagüler, 2003).

Kırçıl ve Karagüler'e göre; ana akım haber siteleri, editör kontrollü haber sunar ve okuyucuya filtrelenmiş olarak iletişimde yer alma imkânı sağlar. İndeks ve gruplama siteleri ise daha çok arama motorları (yahoo, alta vista, google vb), pazarlama ve araştırma şirketleri ile ilişkilendirilen gruptur (Karagüler, 2003). Kırçıl ve Karagüler, üçüncü grupta, medya dünyası ve haberciler hakkında bilgi veren, eleştiri ve yorum yapan eleştiri ve yorum sitelerinin yer aldığını, dördüncü gruptaki paylaşım ve tartışma sitelerinde editoryal kontrolün en aza indirildiğini ve teknolojik (özellikle Web) olanakların kullanımının maksimize edildiğini söylemektedirler (Kırçıl ve Karagüler, 2003).

Bireysel ve toplumsal mirasın kuşaktan kuşağa aktarılmasında, kamuoyu oluşumunda ve tarihsel bilgilerin ham olarak ilk derlenip toparlanma yeri olan geleneksel türdeki gazetelerin yanında, internetin kullanımının yaygınlık kazanmasıyla günümüzde internet gazeteciliği olarak anılan yeni bir gazetecilik türü ortaya çıkmış bulunmaktadır (Gezgin, 2002, s.30). Yeni iletişim teknolojilerindeki en önemli ögelerinden biri de etkileşimdir. Bu teknolojide okurun, haberle ilgili düçüncelerini anında iletebilme olanagı vardır. Ancak, aynı teknoloji, okurizler kitlenin gözetiminin ve denetiminin artırılmasına da olanak tanımaktadır (İşleyen, 2002, s.73). Rafaeli'nin Etkileşimli İletişim Modeli, tarafların ortak bir deneyim alanını inşa ettiği veya bunu zaten inşa etmiş oldukları yerde, tüm iletişim süreci üzerine odaklanmaktadır. Basit bir şekilde önceden kazanılan bilgi değiş tokuşu ve her bir bilgi seti üzerinde şekillendirilen mesajlar, şimdiki mesajı şekillendirmek için dikkate alınmaktadır (Öğüt, 2006). Yeni medyanın 'kullanıcı' kavramını ortaya çıkardığını ve 'etkileşimin yeni bir seviyesini' ortaya koyduğunu ifade eden Öğüt (2006), etkileşimi "en az iki nesne arasındaki iletişim vasıtasıyla, nesnelerin birbirlerini davranışsal ya da biçimsel olarak değiş ikliğe uğratması" olarak tanımlamaktadır (Öğüt, 2005). Carrie Heeter'e göre; etkileşimin, seçim olanağının karmaşıklığı, kullanıcı çabası, medyanın kullanıcı ya yanıt verebilirliği, izleme/gözlem bilgisine kabiliyet, ek bilgiyi kolaylaştırma ve kişilerarası iletişiminkolaylığı olmak üzere altı boyutu vardır (Birsen, 2005, s.347).

Öte yandan, yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaçmasıyla otomasyon art- makta ve haber emekçileri daha nitelikli olmaya zorlanmaktadır. Artık haber çalışanları, haber toplayıp

yazma, fotoğraf çekme gibi mesleki bilgilerin yanında bilgisayar kullanımı, belirli yazılımları iyi biçimde kullanabilme, belirli düzeyde yabancı dil bilme ve teknolojik geliçmeleri yakından izleme durumundadır (Kara, 2002, s.37).Yeni enformasyon teknolojilerinin, ekonomik, siyasal ve toplumsal alanlarda yol açtığı önemli değişiklikleri Abramson, Arterton vd. altı başlık altında sıralamıştır:

1. Elde edebilen enformasyon miktarında artış: Yeni iletişim kanallarının ortaya çıkması, önceden var olan bilgi ve enformasyona ulaşmanın yeni araçlarını yaratmıştır. Bilgisayar iletişimi, örneğin bireylerin kamu sektörünün depoladığı bilgiye ya da kütüphane olanaklarına ulaşmasını kolaylaştırmıştır.
2. İletişimde hızlanma: Yeni iletişim teknolojileri enformasyon ve bilgiye ulaşmada, zaman ve mekânın sınırlamalarını ortadan kaldırmıştır.
3. Alıcı Kontrolü / "Enformasyonun Demokratikleşmesi": Kullanıcının enformasyon kanalları ve sunulan enformasyon üzerinde özgür seçim şansını arttırmıştır. Tüketici mesajın üreticisi haline gelmiştir.
4. Kitlesel Yayıncılıktan Dar Yayıncılığa: Mesajın kitlesel değil, izleyici gruplarının özellik ve ihtiyaçlarına göre dağıtımı esastır.
5. Medyanın Âdemi-merkezileşmesi / Sahiplik ve Kontrol Sorunu: Geleneksel iletişim araçları, hem iletişim araçlarının sahipliğinde hem de iletişimde, içeriğin belirlenmesinde merkeziyetçi bir yapıya sahiptir. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ile medyada belirli tekellerin hegemonyası yıkılabilecektir. Yeni teknolojiler internet gibi, kullanıcının kendi elektronik gazetesini oluşturmasına izin vermektedir.
6. Etkileşim kapasitesinin artışı: Yeni iletişim teknolojilerin iletişim sürecine kazandırdığı en önemli unsur, karşılıklı etkileşim kapasitesini arttırmasıdır (Timisi, 2003, s.83).

Vin Crosbie, internet gazeteciliğinin gelişimini üç bölüme ayırarak; 1982 yılından 1992 yılına kadar devam eden birinci dalganın birçok deneysel yayınlarla başladığını daha sonra AOL ve CompuServe gibi şirketlerin egemenliğine sahne olduğunu; 1993 yılında haber kurumlarının internet ortamına girmesiyle ikinci dalganın başladığını, kablosuz ve geniş bantlı yayınların yapıldığı 2001 yılından itibaren, önceki dönemlerden daha güçlü, sürdürülebilir ve kârlı bir dönemi vaat eden üçüncü dalgaya girildiğini ve artık kitle enformasyonu ile bireysel enformasyon arasındaki boşluğun kalkacağını ifade etmektedir (Pryor, 2002, s.35). Halil İbrahim Gürcan ve Çiğdem Batu, yeni medyanın ortaya çıkardığı sanal yazı işleri ile birlikte geleneksel gazeteciliğin yapısında meydana gelen değişikleri on beş başlık altında toplamıştır. Buna göre:

1. Haber siteleri muhabir istihdam etmemektedir. Özellikle bireysel olanaklarla yayın yapan haber sitelerine (örneğin Matt Drudge'ın sitesi) her internet kullanıcısı haber, duyum gönderebilmekte, böylece haber gönderen her internet kullanıcısı fahri birer muhabir olmaktadır.
2. Haber sitelerinde foto muhabiri de istihdam edilmemektedir. Siteler, haberlerde kullanacakları fotoğrafları çeşitli internet kaynaklarından izinli ya da izinsiz olarak alıp kullanmakta ya da abone olunan ajanslardan alınan fotoğraflara sayfalarında yer vermektedir.
3. Haber sitelerinin web editörlüğü; haberi işleme, yeniden yazma, haberin önemli unsurlarını öne çıkarma gibi editörlük işlemlerinin tam anlamıyla yapılmadığı bir görünümdedir.
4. Haber sitelerinde köşe yazarları da istihdam edilmemektedir. Sitelerdeki köşe yazarlarının birçoğu, basılı gazetelere yazdıkları yazılarını birkaç haber sitesine de göndermekte ve yazıları aynen bu sitelerde de yer almaktadır.
5. İnternet, geleneksel medya için mevcut haber kaynaklarına ek olarak yeni bir haber kaynağı olmuştur.
6. Haber sitelerinin haber üretim maliyetleri düşüktür. Yukarıda değinildiği gibi, muhabir, foto muhabiri, köşe yazarı istihdam edilmediği için, içerik oluşturmadaki maliyeti artırıcı unsurlar ortadan kalkmaktadır.
7. Haber siteleri, özellikle son dakika haberlerini anında verebilmek için geliştirilen programlar sayesinde, ajanstan gelen haberi herhangi bir editasyon yapmadan doğrudan yayıma veren bir otomasyon geliştirmişlerdir.
8. Haberciler, arşiv ve kütüphanelere gitmeden, masa başındaki bilgisayarlarından yararlanarak, belirledikleri anahtar sözcükler yardımıyla haberleri ile ilgili çeşitli bilgilere, medya kuruluşunun dijital arşivinden ya da evrensel düzeydeki çeşitli dijital kütüphanelerden saniyelerle sınırlı bir sürede erişebilmektedir.
9. Haberlere hızlı erişim ve hızlı güncelleme imkânı sunmaktadırlar.
10. Haber siteleri, okurun tepkisini anlık olarak alabilmektedir. İnternet ile birlikte kullanıcının içeriği kontrol etmesi, geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli (interaktif) iletişimi ve çoktan-çoğa modelini (many-to-many) gündeme getirmiştir.
11. Haber siteleri, bir haberle ilgili olarak haber kaynağı ya da görgü şahitlerinden doğrudan bilgi alıp geniş boyutlarıyla (ses, görüntü vs) yayımlayabilmektedir.
12. Her internet kullanıcısı, bir haber sitesinin fahri muhabiri olabilir.
13. Online haberlere, konuyla ilgili detayların ve çeşitli başka verilerin bulunduğu

web sayfalarına linkler verilebilir. Böylece haberler, doğrusal (linear) ve dikey sunum yerine, web'in hypertext özelliği ile yatay bir dağılım sergilemekte ve geniş bir platformda okura sunulabilmektedir.

14. Sanal yazı işleri ve buna bağlı oluşan bilgisayar destekli muhabirlikle birlikte gazetecilerin iş tanımlarına bilgisayar kullanmayı bilme ve bazı bilgisayar programlarına hâkim olma becerisi de eklenmiş olmaktadır.
15. Sanal gazetecilikte, muhabirlere ve editörlere gelişen teknoloji ve koşullara yönelik sıkça uyum ve hizmet içi seminerleri yapılması gereği bulunmaktadır (Gürcan, Batu, 2001, s.78).

Mark Glaser, "İnternet Çağında Çalışan Gazeteci" yazısında, serbest çalışan yazarların (freelance writer) haber toplama, yazma, yayınlama sürecinde sahip oldukları bakış açıları ve kullandıkları yöntemlerin geçirdiği değişimlerinden bahsetmiştir (Glaser, 2007, s.33). Bu değişimler, tablolarda gösterilmiştir (Turan, 2007, s.44,45):

Tablo 2.1 Serbest Çalışan Yazarların Eski Bakış Açıları ile Yeni Bakış Açılarının Karşılaştırılması

Eski Bakış Açıları	**Yeni Bakış Açıları**
Gazeteci, gerçekleri ve cevapları, kısa her şeyi bilir.	Dan Gillmor ve Jay Rosen'in dediği gibi izleyiciler bizden daha çok şey biliyor.
Mutlaka medya şirketleriyle çalışmalıyız.	Kendi web sitemizi kurabiliriz.
Temel haber yazma kuralları olan "Kim, Ne Zaman, Nerede, Niçin, Ne ve Nasıl" öğren Kaynakları üçlü kontrol et	Web'te nasılı çalışacağını öğren. Herhangi bir eser hırsızlığını olup olmadığı, Google ve diğer arama motorlarında araştır.

Tablo 2.2 Serbest Çalışan Yazarların Eski Yöntemleri ile Yeni Yöntemlerinin Karşılaştırılması

Eski Yöntem	**Yeni yöntem**
Hikâye ile ilgili kaynak kişi ziyaret edilir ve konuşmalar kaydedilir.	Hikâye ile ilgili kaynak kişi aranır ya da elektronik posta gönderilir. Telefon görüşmeleri kaydedilir. Elektronik posta saklanır.
İşini yap ve eve git.	İş her yerde. Ev bilgisayarları ve bilgisayar fonksiyonlarını yerine getiren telefonlar ile her zaman çalışılabilmektedir.

Eskiden gazeteciler bir sonraki gün için haber toplamakta; ertesi gün okuyucu gerçekte bir önceki günün haberlerini okuyordu. Aslında haber okuyucuya ulaştığında tazeliğini yitiriyordu. İnternetin sağladığı hız erişim imkânları ve uygulama kolaylıkları günümüz haberciliğinde her an taze haber yada eşzamanlı habercilik kavramını da beraberinde getimiştir (İşleyen, 2002, s.30). Nevzat Basım hazır olan bir metnin, internet üzerinden okuyucuya erişilebilir hale gelme süresinin 4 dakika olduğunu söylemektedir (Basım, 2002, s.57). İnternetin doğurduğu hızlı olma mecburiyetinin kimi zaman gelen haberin doğruluğunun yeterince araştırılmasına imkân tanımaması, online medya sahiplerini, gazetecilik deneyiminden ziyade internet ortamındaki bilgiyi değerlendirme görüsü kazanmış editörleri işe almaya itmiştir (Johnson ve Kaye, 2002, s.619).

Yapılan araştırmalar, online gazetecilerin ve editörlerin genel olarak daha genç olduklarım ortaya koymuştur (Deuze ve Paulussen, 2002, s.237). Gazetecilik deneyimlerini anlattığı yazısında Frank Houston, online ortama geçtiğinde 26 yaşındaki bir editör tarafından işe alındığını, editörün ise 28 yaşındaki bir yöneticiye bağlı olduğunu anlatmaktadır (Houston, 1999, s.34). İnternete hâkim olan hız kavramı nedeni ile internet gazetecileri, geleneksel medyada çalışan meslektaşlarına göre daha stresli bir çalışma ortamındadırlar. Ercüment İşleyen, Milliyet'in internet sitesinde günün gelişmelerini dakika dakika aktardıklarını ve gün içinde 100'ü aşkın haberi okuyucularla buluşturduklarını söylemektedir (İşleyen, 2002, s.47). People Magazin'in online versiyonunda çalışan muhabirler, basılı versiyon için haftada bir hikâye yazan meslektaşlarına nazaran daha hızlı bir tempoda hareket etmek zorundadırlar. Bu da bazen günde 2-3 hikâye çıkarmak anlamına gelebilmektedir (Yale ve Carothers, 2001, s.103). 1990'lı yılların başlarında gazeteler, geleneksel yöntemlerle çalışan haber odaları ile yeni medya düzeninde çalışan haber odalarını ayrı tutmak eğilimindeyken, 2000'li yıllarda bu ayırım büyük oranda ortadan kalkmış ve ortak haber odaları oluşturulmuştur (The fifth Annual Middleberg/Ross Media Survey of Media, 2004).

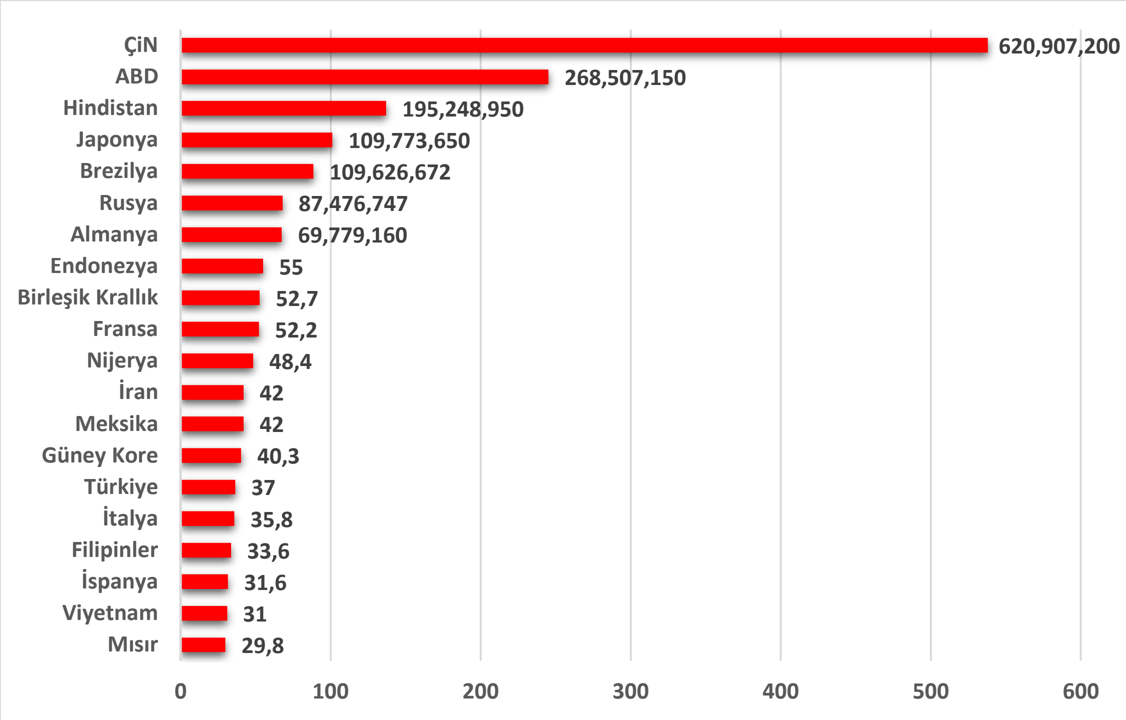
11 Eylül saldırıları sonrasında haberleri kaynağından öğrenmek isteyenler dünyanın dört bir yanından Amerikan haber sitelerini ziyaret etmişlerdir. O dönemde ziyaretçi sayısı artan yalnızca Amerikan haber kaynakları değildir. IslamicGateway (Pakistan), Expresslndia.com (Hindistan) gibi İslam dünyasının internet üzerindeki temsilcilerinin de ziyaretçi sayısı artmıştır. Yine Ortadoğu'nun bağımsız kanalı olarak adlandırılan El Cezire televizyonu da binlerce hit almıştır (Bucher, 2002, s.102). İnternet ve geleneksel medya ortaklığının pazarlama potansiyelinin farkına varan bazı girişimciler bu doğrultuda adımlar atmışlardır. New York ve Minneapolis merkezli Internet Yayıncılık Sistemleri (Internet Broadcasting Systems) buna iyi bir örnektir. Özellikle yerel televizyonlarla ortak çalışmalar yapan IBS, yerel televizyonlar için web siteleri hazırlamaktadır. Hazırlanan sitenin personel

dâhil her türlü işleminden IBS sorumludur. IBS elde ettiği haberleri web sitesi üzerinden yayınlarken, temsil ettiği televizyon kanalına da haber aktarmaktadır. Web sitesi ziyaretçileri televizyona yönlendirilirken, televizyon da izleyicileri web sitesine yönlendirebilmektedir. Böylece oldukça geniş bir kullanıcı-izleyici kitlesine ulaşmak mümkün olmakta ve her iki grubun satış hedefleri amacına ulaşmaktadır (Owens, 2000, s.68).

İnternetin etkileşim imkânı kullanıcısını güçlü kılmaktadır. Geleneksel medyada yer alan haksız haberlere karşı internet, kullanıcının kendisi gibi düşünenlerle birlikte sesini duyurabileceği bir ortam niteliği kazanmıştır. Buna örnek olabilecek bir olay CNN ve Time Magazine'in başına gelmiştir. Askerlerle ilgili yayınlanan bir rapor, pek çok asker emeklisini ve askeri çok kızdırır. Rapora öfkelenenler hemen harekete geçip internet üzerindeki tartışma listeleri ve haber gruplarına konu ile ilgili yazılar gönderirler. Ayrıca kendileri de bir tartışma listesi oluşturup haberin inandırıcılığını ortadan kaldıran bilgileri aktarırlar. Her iki kurumdan da geri adım atmaları istenir. Bu güçlü lobi karşısında beyaz bayrak çekip geri adım atmak zorunda kalan iki kuram da haberden etkilenen herkesten özür dilerler (Weir, 2000, s.35).

2.4 Türkiye’de İnternet Gazeteciliği

İnternet tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de medya sektörünü derinden etkilemektedir. İnternet kullanımının artması ve yayıncılık teknolojilerindeki hızlı gelişme, klasik yayıncılık anlayışını da değiştirmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de web ve mobil cihazlar üzerinden yapılan yayıncılıkta hızlı bir gelişme yaşanmaktadır. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu 2008 yılında 6 milyon genişbant internet abonesi bulunmaktayken altı yıllık bir sürede beş kata yakın artışla 2014 yılı birinci çeyrek sonu itibarıyla 35 milyona yaklaşanainternet abonesi vardır. Türkiye’nin en çok bilinen ulusal gazetelerinin web üzerinden ulaştığı okur sayısı, günlük bayi satışının 10 katına varan oranlara ulaşmaktadır. Türk insanın bu tercihini gören medya şirketleri web tabanlı yatırımlarını her geçen gün arttırmaktadır. Türkiye’de internet gazeteciliği konusunda ilk kez Zaman gazetesi girişim başlatmış ve 2 Aralık 1995’te internette yer almıştır. Bunu 19 Mayıs 1996 ile Turkish Daily News izlemiştir. (Gürcan, 1999, s.163)



Grafik 2.1 İnternette En Çok Kullanıcıya Sahip İlk 20 Ülke

Kaynak: İnternet World Stats, Haziran 2014, www.internetworldstats.com/top20.htm

Dünyada İnternette en çok kullanıcıya sahip ilk 20 ülke içerisinde Türkiye %37 oranla 15. Sırada yer almaktadır. Avrupa çapında en çok okuyucuya sahip ilk beş internet haber sitesinin arasında Türkiye'den günlük yayın yapan 2 gazete yer almaktadır. TUİK'in 2014verilerine göre Türkiye'deki internet kullanıcılarının %74,2'si internet üzerinden gazete ve dergi okumaktadır.

Günümüzde pek çok türden içeriğin taşınmasında ve dağıtımında önemli olduğu kadar merkezi bir konumda da olan internet, kültürün endüstriyel üretimi ve tüketimini dönüştürme açısından geleneksel medya kurumlarının faaliyetlerinin değişimine zemin hazırlayan bir role sahiptir. Bu değişimler haber üretiminden, haberin içeriğinin oluşturulması ve dağıtımına kadar bir dizi gazetecilik pratikleri üzerinde kendini göstermiştir. Ve dahası internet gazetecilik uygulamalarının yanında geleneksel okuyucu/izleyici/dinleyici konumunda da değişimin işaretini vermiş, geleneksel okuyucu/izleyici/dinleyici yeni medyalarla birlikte "kullanıcı ya" dönüşmüştür. (Yıldırım, 2010, s.233)

İletişim teknolojisindeki gelişmelerin toplumsal alanda giderek gündelik hayatın vazgeçilmezleri haline gelmesi ve buna bağlı olarak yaygınlaşması, yenineslin internette bir yaşam formu oluşturması, yazı, ses, fotoğraf, video ve benzeri görüntü dosyalarının ayrı ayrıya da bütünleştirilerek oluşturulan bir mesajın aynı anda binlerce kişiye ulaştırılmak suretiyle geleneksel medyaya oranla daha kısa ve daha az maliyetli bir biçimde kitlesel bir

etkinin oluşturulmasınımümkün kılması medya şirketlerini internete yatırım yapma yönünde adımlar atmaya itmiştir.

Bilişim Teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim yayıncılık dünyasını da aynı hızla etkilemektedir. İnternet kullanımının yaygınlaşması ve mobil cihaz kullanımının yaygınlaşması, televizyon ekranlarından ve gazeteler aracılığı ile yapılan klasik yayıncılık anlayışını da değiştirmeye başlamıştır. Daha önceleri gazete, radyo ve televizyon gibi yaygın haberleşme araçlarının arasına mobil cihazlar da alternatif bir mecra olarak girmektedir. Sosyal medya, paylaşım ağlarının kitleleri haberdar etme, eğelendirme ve etkileme gücü sayesinde, kısa bir zaman içerisinde tüm dünyanın en etkili iletişim mecrası haline geldi. Yaygın ve gelişmiş bir internet ağı ve mobil iletişimin yaygın olduğu Türkiye'de sosyal medya tüm dünya ile paralel bir gelişim içerisindedir. Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım ağlarında aktif olan kullanıcı sayısı ile Türkiye birçok ülkeyi Sosyal Medya kullanımında geride bırakmaktadır. Sosyal medyaya yönelik bu ilgi birçok dijital ajansın hayata geçmesineve aynı zamanda geleneksel medyanın bu alana yönelmesine neden olmaktadır (Bir Bakışta Türk Medyası, 2013, s.18).

Türkiye'de internet ortamını kullanarak geleneksel basından online yayıncılığa ilk adımı Temmuz 1995 yılında Aktüel dergisi atmıştır. Onu hemen ardından Ekim 1995'de Leman dergisi izlemiştir. Ülkemizdeki gazeteler arasında online yayıncılık uygulamalarına ilk başlayan medya kurumu ise 2 Aralık 1995 tarihi ile Zaman Gazetesi olmuştur. Ocak 1996'da internette haber verme amacıyla yayına başlayan'Xn', haberleri sürekli yenileme işlevini de yerine getirdiğinden günümüzdeki anlamıyla ilk kurulan online gazete olmuştur. Ancak yayın yaşamını uzun süre devam ettirememiş ve yayımı sonlanmıştır (Gürcan, 1999 s.68).

Türkiye'de internette ilk karşımıza çıkan yayın 1995 yılında Aktüel dergisi olmuştur (Gönenç, 2003, s.97). İnternetten yayın yapmaya başlayan ilk Türk gazetesi 1995 tarihinde Zaman Gazetesi'dir (Mora, 2002, s.115). Gazetenin tamamını düzenli olarak online veren ilk gazete ise 26 Kasım 1996 tarihinde Milliyet Gazetesi olmuştur (Gönenç, 2003, s.97). Türkiye'de en çok ziyaret edilen ilk beş Türk gazete sitesi sırasıyla şunlardır (Alexa, 2015):

1. www.hurriyet.com.tr
2. www.milliyet.com.tr
3. www.sabah.com.tr
4. www.haber7.com.tr
5. www.ensonhaber.com.tr

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
BASILIDAN İNTERNETE RADİKAL GEZETESİ

Türkiye'de basılı gazeteden tamamen online gazeteciliğe geçiş yaparak bu alandaki ilk örnek olan Radikal gazetesi, internet gazetesi dönemine gelene kadar hem teknik anlamda hem de yönetimsel anlamda önemli dönüm noktalarından geçmiştir. Gerek yönetimin değişmesi gerek gazete yapısının değişmesi doğal olarak gazetenin yayın politikasını da etkilemiştir. Basılı gazeteden internet gazeteciliğine hızla geçiş sürecini ortaya koyabilmek için Radikal'in bu dönemler bağlamında incelenmesi bu sürecin yapı taşlarını daha netleştirecektir. Radikal gazetesi 1996 yılında basılı olarak yayına başlamıştır. Gazetenin, Radikal İki, Radikal Kitap ve Radikal Hayat isimli ekleri bulunmaktaydı. Başlangıçta geleneksel boy olan gazete 17 Ekim 2010 tarihinden itibaren de tabloid boyda yayınlamıştır. 21 Haziran 2014'te de basılı hayatına tamamen son verip internet üzerinden yayın yapan bir gazete halini almıştır. Bu süreçler göz önünde bulundurularak Radikal gazetsinin yazılı basından internet gazeteciliğine geçiş dönemi aşağıdaki dönemler bağlamında incelenecektir;

- Geleneksel boy
- Tabloid boy
- İnternet gazetesi

3.1 Geleneksel Boy Dönemi

Radikal gazetesinin çıktığı dönemlerde Türkiye'deki medya yapısı büyük bir dönüşüm ve değişim içindedir. 90'lı yıllarda reklam gelirlerinin artması medya kuruluşlarını bu gelirlerden daha fazla pay alabilmek için farklı arayışlara itmiştir. 90'ları ülkemiz açısından medya çağı olarak isimlendirmek çok yanlış olmayacaktır. Devleşen ve plazalara yerleşen basın kuruluşları, piyasayı gitgide oligopol bir piyasaya çevirirken aynı zamanda ülkenin gündemindeki ağırlıklarını da muazzam bir şekilde arttırmıştır. Asil Nadir'in basın dünyasına girmesiyle gün yüzüne çıkan tekelleşme olgusu, daha sonra Asil Nadir'i de aşarak basın dünyasına damgasını vurmuştur. Tekelleşmenin en önemli sebebi şüphesiz artan maliyetler olmuştur. Artan maliyetlerin ancak büyük grupların ayakta kalabilmesini sağlaması, hem satış açısından hem de elde ettikleri reklam gelirleri açısından diğer gazetelerle büyük grupların rekabet etmeleri oldukça zorlaştırmıştır. Bu sistem, neticede, küçük basın işletmelerinin iflas etmelerini, el değiştirmelerini ya da büyük grupların hâkimiyetine girmesi sonucuna yol açmıştır. Artan maliyetlerin yanı sıra tekelleşmeyi doğuran diğer faktörler; reklam gelirlerinin azlığı, tirajlardaki durgunluk, büyük yatırımların zorunlu hale gelmesi ve dağıtımda yaşanan

güçlükler olarak öne çıkmıştır. Tekelleşme ülkemizde özel radyo ve televizyonların yayına başlamasından sonra daha tehlikeli boyutlara varmıştır. Özel televizyonların reklam pastasını gitgide küçültmesi gazeteleri ya televizyon istasyonları kurmaya ya da televizyonlara ortak olmaya yöneltmiştir. Bu süreç sonunda neredeyse, televizyonu olmayan gazete, gazetesi olmayan TV kalmamıştır. Gazetelerin gücünü bu derece arttırması, onların ayakta kalmalarının koşullarını da gitgide zorlaştırmıştır. Tirajın dışındaki birçok faktör -özellikle reklam- dengesi korunması şart olmuştur. Ayrıca basının birinci kuvvetliğe soyunması ve gazeteciliğin dışındaki ilişkilere girmesi de bu dönemin belirgin özelliklerindendir. Habercilik açısından bu dönemin en acı gerçeği; haberin artık ikinci plana düşmesidir (Arık, 1986, s.43).

1980'li ve 1990'lı yıllarda medya sektöründe bir kurtlar savaşı yaşanmıştır. Bir yandan, medya sektöründen ilk birikimlerini yapıp palazlanan kuruluşlar kendi aralarında pazar savaşına tutuşurken bir yandan da medyanın karından çok bir silah olarak kullanılma gücüne göz koyan holdinglerin sektöre girişiyle, sektör mücadeleleri yaşanmıştır Söz konusu döneme medyada damgasını vuran gelişme, hiç şüphesiz 80'lere doğru hız kazanan ve sonrasında yoğunlaşan basın dışı sermayenin sektöre girmesi olmuştur. Bu yeni dönemde medya dışı sermaye sektöre herhangi bir sanayiye girer gibi girmiş ve bunun kurlarını da taşırken sektörün 'eskileri'ne de aynı kuralla ve bir sanayi kompleksi çerçevesinde üretimi realize etme ya da sektörü terk etme şartlarını empoze etmiştir. 1980'ler Türkiye'sinde, sermayenin medyaya girişini özendirecek yeterli neden oluşturulmuştur: 'dördüncü güç' paylaşma, siyasi çevrelerde itibar görme ve gerektiğinde elindeki silahı savunma, yeri gelince saldırı amaçlı kullanma. Bu sayede, diğer sektörlerdeki yatırımların etkinliğini arttırma (devlet ihaleleri alma, özelleştirmelerden pay alma, devlet bankası kredilerinden yararlanma vb.), devlet teşviklerinden ve diğer rantlardan öncelik kapma, medyayı, diğer banka ve şirketlerin reklamında kullanma, medyayı kullanarak pazarlama faaliyetlerini artırma, finans sektörünün gözde olduğu 1980 sonrası dönemde itibar, güven isteyen finansçılıkta medyadan yararlanma. (Sönmez, 2004, s.34)"

Bugün itibariyle, Türkiye'deki medya ortamında gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde yaşanan tekelleşmeler ve yabancı medya kartelleriyle gerçekleştirilen ortak girişimler; 1980'li yıllarla birlikte toplumsal yaşamda belirgin hale gelen yeni sağ politikaların ruhu ile uyum sağlamaktadır. Kısacası, Türkiye'deki medya ortamının yeniden yapılanması sonucunda, radyo ve televizyon yayıncılığı alanında devlet tekelinin kalkmasıyla başlayan süreci; basın dışı büyük sermayenin sektöre girmesi ve beraberinde medya içerikleri ile gazetecilik anlayışındaki önemli değişimler izlemiştir. Bu bağlamda, Bab-ı Alî'deki geleneksel gazetecilik anlayışı dönüşerek, endüstrileşen medya plazalara taşınmıştır. Toplumsal sorumluluk anlayışı ve kamu yararının devre dışı bırakılarak, medya sahipleri

adına basında kalem kavgalarının yaşandığı eş dönemde; ilan ve reklam pastasından daha fazla pay alma ve gelirlerini en üst düzeye çıkarma yönündeki rekabetçi bir anlayış medyada egemen olmuştur (Dağtaş, 2005, s.65).

Bu dönemde piyasaya yeni yayınlar ancak ya var olan büyük gruplar tarafından ya da ciddi boyutlarda büyük sermaye grupları tarafından çıkartılmıştır. Bağımsız yayınların yaşama şansı kalmamıştır. Büyük gruplar, adeta açgözlülükle sektöre sürekli yeni yayınlar sunmuşlardır. Var olan atıl teknolojinin değerlendirilmesi amacıyla çıkan bu yayınlar oldukça ucuza mal edilmiştir. Elemandan, makinesine, dağıtımından, reklamına kadar tüm aşamalar tekellerin büyük binaları içinde karşılanmıştır. Sadece mürekkep ve kâğıt masrafı olan bu yayınlar, büyük gazetelerin ulaşamadığı daha özel kitlelere yönelik de çıkartılmaya başlanmıştır. İlhan Selçuk, tekellerin bu "menfaatimize uygun olursa her türlü yayına imzamızı atarız", anlayışını şu sözlerle eleştirmiştir: "Şimdi eğer bu ülkede hanımlara dergi gerekiyorsa onu biz yaparız. Eğer sokaktaki insana ucuz gazete gerekiyorsa, onu biz çıkarırız. Eğer solda bir gazete çıkarmak gerekiyorsa -ama piyasası varsa- onu da biz çıkartırız. Herkes de bu gazeteleri alıp sanki o ayrı bir gazeteymiş gibi, ayrı bir dergi gibiymiş gibi okur. Bu patronlardan biri bana 'Biz şimdi karbon kâğıdıyla kopyası çıkarılmış gibiyiz' dedi. Böyle bir yerde ne fikri çeşitlilik olur, ne insanlar gerçeklere ulaşabilir, ne de o gazetelerin içinde çalışan insanlar, gerçekleri bulup, yakalamak arzusuna kapılabilir." (Selçuk: 1995)

Radikal gazetesi de böyle bir ortam içerisinde Doğan Holding'in her biri birbirinden farklı gazetelerinden biri olarak yayın hayatına merhaba demiştir. Gazete ağırlıklı olarak kentli ve sol kesime hitap etmek üzere tasarlanmış ve tüm içerikler bu minvalde hazırlanmıştır. Gazetenin ilk genel yayın yönetmeni olan ve öncesinde Posta gazetesiyle ciddi bir satış peformansı yakalayan Mehmet Yılmaz, Radikal'i kuruş amaçlarını genç, eğitimli, sol kitleye hitap edecek bir gazete olarak tanımlamıştır; "18 yıl önce Türkiye'deki medya, 'kartel medyası' diye tabir edilen büyük gazeteler, yani Hürriyet, Milliyet, Sabah, Yeni Yüzyıl, Cumhuriyet gibi geleneksel kitle gazetelerinden oluşuyordu. Ama o zaman Türkiye'nin bir de o gazetelere yansımayan gündemleri de vardı; insan hakları, işkence, demokrasinin yaygınlaşması, çevre gibi konular. Bunlar istisnai haberler olarak o gazetelerin içinde yer alırdı. Birinci sebep olarak aklımda bu vardı, Aydın Doğan'a yeni bir gazete önerirken bu eksikliği düşünüyordum. İkinci sebep de şuydu: Sabah Grubu'nda Yeni Yüzyıl vardı, Doğan Grubu'nda ona karşı genç, şehirli, aydın, biraz solda bir okuyucuya hitap edecek bir yayın yoktu." Alternatif ve biraz solda bir gazete çıkarmayı amaçlayan Yılmaz bir hedef kitle doğrultusunda gazeteyi yayın hayatına geçirmiştir. Bunu da şu sözleri ile ifade etmiştir; "Kendini sol fikirlere daha yakın hisseden, yaşam biçimiyle, hayat anlayışıyla demokrat olduğunu düşünen insanlardan söz ediyoruz" (Özvarış, 2014 a).

Yılmaz, Radikal fikrini oluşturuken dönemin ihtiyacına ve mensubu olduğu Doğan Grubu'nun fazla ulaşamadığı kitle üzerine yönelik bir gazeteyi çıkartmayı planlamıştır. Bu doğrultuda yaptığı çalışmaları şöyle anlatmaktadır; "Önce okuyucuyu tarif ederim; bu çıkartacağım yayın nasıl bir okuyucuya hitap edecek. O profili çizdikten sonra, o kitle nasıl bir gazete veya dergi okumak ister sorusunun cevabını ararım. Genellikle de doğru cevapları buldum. Radikal için şehirli, aydın, okumuş-yazmış, demokrat, kültür olaylarına meraklı, çevre duyarlılığı olan, başkalarının hakları olduğunu bilen ve insan haklarına saygılı olan, Alevi, Sünni, Kürt, Türk, Ermeni, Rum, Yahudi ayırt etmeyen bir okuyucu profili tarif etmiştik. Sonra 'o profil, nasıl bir gazete okur" sorusunun cevabı olarak bu fikir çıktı.' Sol eğilimli bir gazete fakat her kitleyi de kucaklayabilecek bir yapıda oluşturulmaya çalışılan Radikal gazetesinin geleneksel boy döneminde izlediği politika ucuz herkesin alabileceği bir gazete olmaktı" (Özvarış, 2014 a).

Posta gazetesindeki başarısı Aydın Doğan'ın Mehmet Yılmaz'a güvenmesine ve onun önünü açmasına neden olmuştur. Yılmaz bu yüzden kendi gazetecilik ilkeleri doğrultusunda Radikal'i özgürce planlamış ve gerçekten de başarılı olmuştur. İlk sayısı 13 Ekim 1996'da yayımlanan Radikal, Simge Yayıncılık bünyesindeki Türkiye'nin en çok satan kitle gazeteleri arasında olan Posta ile birlikte yine Mehmet Y. Yılmaz'ın ekibi tarafından çıkarılmıştır. Yılmaz ve ekibi sol tarafta ama herkesi kucaklayan bir gazeteyi yansıtmak amacı ile gazete için Radikal ismini ortaya çıkarırlar. Radikal'in isim babası gazetenin çıkış kampanyasını yürüten reklamcı Serdar Erener'dir. Gazetede günlerce bu ismin içinin doldurulup doldurulamayacağı üzerine tartışmalar yapılmış ve sonunda ideolojik yöneliminden dolayı, eleştiri alma pahasına bu isimde karar kılınmıştır.

Mehmet Yılmaz'dan sonraki genel yayın yönetmeni İsmet Berkan Radikal isimini seçme süreçleri ile ilgili şunları anlatmaktadır: "Ajansların önerilerinden içimize en çok sineni meşhur 'O bir Radikal' kampanyası oldu. Pek çok insan ciddi tepki gösterdi isme. İki kritik konu vardı; birincisi 'radikal' olumsuz anlamlarla anılan bir kelimeydi, ikincisi biz radikal miydik, değil miydik? Ajansımız, yani Young and Rubicam Reklamevi ve onun iki yaratıcı yönetmeni Serdar Erener ile Uğurcan Ataoğlu Türkiye'de radikal kelimesinin aslında içi boş bir kelime olduğuna bizi ikna etti. Bu kelimenin içini doldurabileceğimizi düşünerek tamam dedik ve 'O bir Radikal' kampanyasının yanı sıra 'Radikal ne demektir?' diye bir kampanya da yapıldı. Radikalin çeşitli sözlük anlamları arasında 'benzerlerinden belirgin biçimde ayrılan' ifadesi vardı. Biz de radikali o şekilde tanımladık" (Özvarış, 2014 b).

"Bu ülkede çoğulcu demokrasi ve insan haklarının eksiksiz gerçekleşmesini istemek bizi radikal yaparsa, varsın yapsın" manfestosu ile yola çıkan Yılmaz ve ekibi, hızlı bir şekilde hazırlıklarını tamamlayıp yayın hayatına başlamıştır. İlk ekip, İsmet Berkan, Yeşim

Denizel Boratav, Reha Mağden ve Mehmet Y. Yılmaz'dan oluşmuştur ve onlara kısa süre içinde genellikle genç ve yapıya uygun gazeteciler eklemlenmiştir. Gazetenin ilk künyesi ise aşağıdaki gibidir:

Yayın Koordinatörü: Mehmet Yılmaz

Yazıişleri Müdürü: Salim Alpaslan

Ankara Temsilcisi: Yeşim Denizli Bedük

İdari Editor: İmet Berkan

Görsel Yönetmen: Zerrin Yazıcı

Haber Müdürü: Esen Karel

Ekonomi Editörleri: Selim Türsen Ve Ruhi Sanyer

Haber Araştırma Editor: Avin Örgürol

Dış Haberler Editorü: Erdal Güven

Kültür Sanat Editorü: Serif Erol

Spor Editorü: Necil Ülgen

Forum Editor: Koray Düzgören

Ek Yayınlar Yönetmeni: Tuğrul Eryılmaz

Yönetmen Yardımcısı: Güldal Kızıldemir

İstanbul Istihbarat Şefi: Idris Akyüz

Ankara Istihbarat Şefi: Hakkı Erdem

Reklam Müdürü: Sedef Senar, Ender Yakşi

Gazetenin ilk yazar kadrosu şu isimlerden oluşmaktadır: Mehmet Yılmaz, Şebnem Aksoy, Artun Ünsal, Türker Alkan, Ruhi Sanyer, Celal Başlangıç, Fisun Özbilgen, Koray Düzgören, Hakkı Devrim, İHsan Dörtkardeş, Hanife Şenyüz, Murat Belge, Avni Özgürel, Sibel Yeşilmen, Yıldız Kısa, İsmail Nacar, Ömer Çelik, Taner Akçam, Alper Altuğ, Ahmet Eryılmaz, Baran Tuncer, Hale Tüzün, Barış Çetinok, Sibel Ünlü, Satfiye Yuva, Sefer Levent, Eşim Çetinel, Atilla Yeşilada, Mehmet Tan, Basri Baykoç, Nur Gençer, Okan Bekman.

13-20 Ekim 1996 tarihleri arasında incelenen 23 sayfalık Radikal gazetesi ilk sayfalarında %65.2 yazı alanı ve %34.7 fotoğraf alanına diğer sayfalarında ise ortalama olarak % 68 yazı alanına, %11,4 fotoğraf alanına ve % 20.5 reklam alanına sahiptir. Radikal

gazetesinin geleneksel dönemde oluşturduğu bölümler Türkiye bölümü 4 sayfadan, Politika, Ekonomi, Borsa/Finans, Dış haberler ve Spor bölümleri ikişer sayfadan, Haber Analiz, Forum, Yönetici, Bilgisayar, Kültür-sanat, Sinema ev Televizyon bölümleride birer sayfadan oluşmaktadır.

Gazete başlangıçta hedeflediği etkiyi yaratamamıştır. Ancak kuruluşundan sadece 20 gün sonra patlayan susurluk skandalı ve Radikal'in kazaya yönelik cesur tutumu, gazetenin popüleritesini arttırmıştır. Mehmet Y. Yılmaz Susurluk kazası ve ardından gelişen süreci yıllar sonra şöyle anlatmıştır: "İlk günlerde Radikal'in çok büyük bir ilgi ile karşılandığını söyleyemeyeceğim. Alışılmamış gazete yayımlama çabası, böyle şeylere alışkın olmayan okuyucu için de yadırgatıcı olmuştu sanırım. Ve bir gün Susurluk'taki o kaza meydana geldi. Tarih 3 Kasım 1996 idi. Radikal yayımlanmaya başlayalı üç hafta olmuştu, Susurluk'ta içinde milletvekili, polis müdürü ve iki sivil şahsın bulunduğu bir otomobil, kamyonla çarpışmış, milletvekili dışındakiler hayatlarını kaybetmişti. Ölenlerden birinin isminin Mehmet Özbay olduğu söyleniyordu. Kaza akşamüzeri saat 7 civarında meydana gelmişti, gazetenin yazı işlerinin gece bekçisi Ali Topuz, haber merkezinin gece nöbetçisi de Ertuğrul Mavioğlu'ydu. Mehmet Özbay'ın, Abdullah Çatlı'nın takma ismi olduğunu eski bir MİT raporunda böyle yazıldığını hatırlayan ve haberin doğru şekillenmesini sağlayan da odur. O zamanki haber müdürümüz rahmetli Reha Mağden ile telefonda konuştuk. Özbay'ın, gerçekte Çatlı olduğunu teyit ettik ve Radikal'in şehir baskısı 'Karanlık ilişkiler ağı' başlığıyla yayımlandığında diğer gazetelerin tümünde Susurluk'ta bir milletvekilinin trafik kazasında yaralandığı ile ilgili haberler vardı. Kimse, Türkiye'yi uzun süre meşgul edecek ilişkiler ağının, derin devlet yapılanmasının ulaştığı boyutların farkında değildi. Gazeteciliğimizin farklılığını bu kaza sayesinde gösterme olanağına kavuşmuştuk. Birilerinin talihsizliği, bir gazetenin talihine dönüşüyordu. Diğer gazeteler hâlâ sıradan bir trafik kazasından söz ederken Radikal'in ikinci günkü manşeti 'Devlet çetesi'ydi. Susurluk gecesi bulunan başlıklardan birini o gün yazımda kullandım: 'Gladyo kamyona çarptı.' Bu başlıklar, Radikal ekibinin ilk andan itibaren meselenin ne kadar farkında olduğunu gösteriyordu. O tarihteki en büyük rakibimiz sayılan Yeni Yüzyıl bile haberin derinliğinin farkına henüz varamamıştı ki biz 'Çiller–Ağar–Çatlı' manşeti ile ilişkiler ağını çözmeye başlamıştık. Bu habercilik anlayışı, okuyucunun da dikkatini çekmeyi başardı, Radikal'in tirajı tırmanmaya başlamıştı ve bugün söylediğimde kimse inanmıyor ama bir süre 700 bini de geçmiştik, gazetenin sürmanşetinde bunu da iftiharla duyurduk (Yılmaz, 2014)



Üniversite adaylarına ÖSS - ÖYS Başarı Yöntemi

Özel Erol Altaca Dershanesi'nden tam sayfa ÖSS - ÖYS'ye hazırlık testleri, hafta içi her gün Radikal'de

Yarın başlıyor

HUKUK DEVLETİ İSTİYORUZ

RADİKAL

Bir kaza Türkiye'yi çürüten pis ilişkileri gün ışığına çıkardı

Devlet çetesi

12 Eylül öncesi katliamların sorumlusuyla, o dönemin 'sol görüşlü' polis şefi ve 'özel ordusuyla' derebeyi gibi yaşayan bir DYP milletvekilinin paylaştıkları kader, ülkeyi saran iğrenç ilişkiler yumağını gözler önüne serdi

Gladio kamyona çarptı

Olayın bir özelliği var

Tek umut araştırmacı kamyoncu

Türkiye bu sorulara cevap arıyor

Derebeyi yaşamı sürüyor

Bakan Ağar, zan altında

Pakistan bile 'pisliği' örtmedi

Sedat Bucak taburcu olacak

Gladio'nun 1 numarası Eken

DYP'de Bucak sıkıntısı

Gonca Us, ünlü matbaacı Can Apa'nın eski eşiydi

Karanlık ilişkiye devlet töreni

Görsel 3.1 Radikal Gazetesi 3 Kasın 1996 Tarihli Manşet Sayfası

Radikal'in özellikle yukarıda attığı "Devlet Çetesi" manşeti, Susurluk kazasının ardındaki oluşumların yeniden sorgulanmasını ve kamuoyunun dikkatinin 'çetelere' yönelmesini sağlamıştır. Radikal de bu süreçte kendini büyük gazeteler ligine atmış, gündemi etkileyen bir gazeteye dönüşmüş ve çalışanlarını da oldukça motive etmiştir.

Yine 12 Mart 1998 tarihinde atılan ve oldukça ses getiren 'Bu cop hepimize' manşeti de Radikal'in önemli gazetecilik başarılarından biridir. Bu başlık, Manisa Davası'nda yargılanan gençlere gözaltında akıl almaz yöntemlerle işkence yapan polislerin beraat etmesi üzerine atılmıştır. Radikal, yargılandıkları müddetçe Manisalı çocukların yanında durmuştur. İşkence iddiasıyla Manisa Ağır Ceza Mahkemesi'nde yargılanan on polis 12 Mart 1998'de beraat edince de Radikal ertesi gün 'Bu cop hepimize' manşetiyle çıkmıştır.



Müthiş Fırsat Buzdolabı Saklama Sürahisi 6 adet Baroque Bardak

TAM 7 PARÇA

5

Her gün dopdolu bir ek

VİZYON

RADİKAL

Bu cop hepimize

...anisa'da 16 liseli gence işkence yaptıkları iddiasıyla yargılanan ...0 polis, aleyhlerindeki çeşitli devlet hastanesi kayıtlarına ve ...mir Tabipler Odası'nın bulgularına rağmen beraat etti

Bugün onlar, peki ya yarın?

Özer Bey haksız kazanmış

İkinci finalist Galatasaray

RADİKAL

Özer Bey'e kötü haber

Memur Zafer Meydanı'ndaydı

Biz, böyle bir Türkiye'ye ulaşmak için çalışıyoruz.

Halk Yaşam

Görsel 3.2 Radikal Gazetesi 12 Mart 1998 Tarihli Manşet Sayfası

Mehmet Y. Yılmaz'ın da "iyi ki o manşeti atmışız" dediği haber Radikal gazetesiyle yeniden gündeme gelmiş ve toplumda işkenceye dair olumsuz algının pekişmesine imkân tanımıştır. O manşet toplumu sarsmış ve işkence üzerine yeniden konuşulmasını, suçluların cezasız kalmamasını sağlamıştır.

Hem Susurluk Kazası, hem de Manisalı Gençler davası Radikal gazetesinin başlangıçtaki hedeflerine ulaşması açısından son derece uygun bir gazetecilik iklimi sunmuştur. Gazetenin ilk çıktığı günlerdeki reklamı, alanlarında çeşitli açılardan fark yaratmış isimlerin radikalliğine vurgu yaparak, medya sektöründeki farklı konuma aday olduğunu ortaya koymaktır. Zaman içinde söylenemeyen birçok söz, üzerine gidilemeyen birçok tabu üzerine yaklaşımı ile Radikal bu farkını ortaya koymuştur. Farklı bir tür gazetecilik için çabalayan birçok isim, Radikal'de yeni bir muhalif ses yaratma fırsatı bulmuşlardır. Tek bir bütünden oluşmasa da zaman içinde kendince belli hassasiyet noktaları geliştirmişti gazete.

Bunlar, ajitasyon kokan haberlerin girmemesi, yargısız infazlardan uzak durulması, temel insan hak ve özgürlüklerine hassasiyet, asker ve bürokrat kesimin sözcülüğünü yapmamak, militarizme bulaşan toplumsal cinsiyet içeren dil ve haberden uzak durulmaya çalışılması, klasik üçüncü sayfa haberlerinin yer almaması, sivil toplum, muhalif parti ve grupların, emek haberlerinin yer alabilmesi gibi başlıklarda özetlenebilir (Radikal Okurları, 2006, s.22).

Radikal'in içinde ilk basımla beraber çıkmaya başlayan, Tuğrul Eryılmaz yönetiminde "Radikal İki" eki yer almıştır. Radikal İki, Radikal'ın detaylı yer veremediği konulara değinmeye çalışmış fikri bir gazetesi olmayı amaçlamıştır. O yıllarda Radikal İki'nin çıkışı ile ilgili Eryılmaz şunları söylemektedir; "Radikal İki, biraz kendi kendini kurguladı. Biz Radikal İki'yi ve Radikal Cumartesi'yi çok parlak insanlarla yaptık. O zaman Güldal Kızıldemir, Sevin Okyay ve ben bir şekilde kapandık, devamında Asu Maro ve Nilgün Toptaş katıldı. Bir sene sonra da yanımıza yakın zamanda şutlananlardan editör Nazan Özcan geldi.Biz önce, biraz hafif ve dergi ebadında olsun diye başladık, bakalım tepki ne olacak, nasıl insanlar bizi okuyacak dedik.Birdenbire okurlardan kimi öneriler ve yazılar gelmeye başladı. Biz bir şeyi belli etmeye çalıştık: Burası siyasi kaygılardan bağımsız bir platform olmaya çalışacak. Magazinimiz de, müziğimiz de vardı ama biz esas olarak Radikal İki'nin ana çatısı, Radikal'e uygun bir biçimde, günlük rutinde yeterince yer bulamayan yazılarla bir fikir gazetesine dönüşebilir mi diyorduk. İki-üç tanesi dışında bu fikir gazetesinin yazarları sürekli değişmeli dedik. 100-150 lira gibi telif ücretleri ile okuyucudan gelen yazılara yer veren Berkan konu hakkında şunları söylemektedir; Bu da öyle bir hava yarattık ki, "Dünyada bütün gazetecilerin temel mottosu olan, ırkçılık, cinsiyetçilik içermeyen bir dil kullanırsan Radikal İki'de senin de yerin var, gönder yazını" dedik. (Özvarış, 2014 c)

Radikal'in ilk döneminde önemli bir dönüm noktası 2000 yılında Mehmet Y. Yılmaz'ın genel yayın yönetmenliğinden ayrılıp, yerine ilk günden beri gazetede bulunan İsmet Berkan'ın getirilmesidir. Berkan, Ekim ayında genel yayın yönetmeni olduktan sonra Kasım başında hem Türkiye hem de medya önemli bir krize girmiş ve bunun sonuçları da Radikal gazetesine olumsuz yansımıştır. Krizle birlikte gazetenin gelir hedefini yüzde 40 oranında azaltılmış ve gazette bünyesinde bir takım önemli kararlara imza atılmıştır. İsmet Berkan o dönemde alınan tasarruf tedbirleriyle ilgili şunları söylemektedir: "Önce gereksiz giderleri kestik ama personel çıkartmadan gider azaltmanın bir yolu yoktu. Yazarların ücretlerini indirdik.Ben kendi maaşımda indirim yaptım.Çok sancılı bir süreçti.Bu aynı zamanda stand alone (tek başına) olmak üzere tasarlanmış bir gazeteden de bir ölçüde vazgeçmek demekti. Ekonomik kısıtlamalar Radikal'in gazetecilik anlyışından da ödün vermesine neden oldu. Gazeteciliğimizden fedakârlıkta bulununca, o gazeteciliği geri toplamak çok zor olabilir ya da okuyucumuzu küstürebilirdik. Ama itirazlarım kayda bile

geçmedi, yapılacak bir şey yoktu. Bu arada Radikal'in editoryal bütçesi Radikal'in kendisine rakip kabul ettiği gazetelerle, Milliyet'le, Hürriyet'le, Sabah'la kıyaslanmayacak kadar küçüktü zaten. Minimumda yaşarken o sınırların da altına inmek Radikal'in gazeteciliğini çok kötü etkiledi. Özel haber birimimizi kapadık, İstanbul'daki istihbarat servisimizi yarı yarıya küçülttük. Ankara büromuzu üçte bir oranında küçülttük.Spor servisini yok ettik" (Özvarış, 2014 b).

Medya sektörünün en önemli gelir kalemi olan reklam harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Ekonominin iyiye gittiği dönemlerde kâr eden şirketler reklam harcamalarını artırmaktadır, ayrıca yine bu dönemlerde artan alım gücü yazılı basında tirajları artırmakta ve tiraj artışı yine reklam gelirleri üzerinde olumlu etki yapmaktadır. Dolayısıyla medya ekonomik krizlerden en çok etkilenen sektörlerin başında gelmekte, bir bakıma krizin barometresi işlevi görmektedir (Sözeri, Güney, 2011, s.45).

2011 krizini Doğan Grubu en aza hasarla atlatan medya kuruluşlarından biri olmasına rağmen, kendi içinde önemli yapısal tasarruf tedbirlerine yönelmiş, bu durumda yayınların belki ayakta kalmasına neden olmuş ancak habercilik niteliklerinde kayıpları da beraberinde getirmiştir. Berkan kriz sürecinde gazetecilik standartlarının düşüşünü şu sözlerle aktarmıştır: "Gazeteciliğiniz eksilince siz haberlerinizde oluşan eksiği kendi kanaatlerinizle kapatmaya çalışıyorsunuz. Veya bir haber için iki ekstra görüş daha alabilecekken bunu alamıyorsunuz. Çünkü elemanınız yok, zamanınız kısıtlı. O iki ekstra görüşü siz kafanızdan tamamlıyorsunuz. Haberinizin içine kanaatlerinizi ekliyorsunuz. Bir süre sonra manşetinizi sloganlarla atıyorsunuz. Ondan sonra da bilgi almak isteyen okuyucu gidiyor, kanaat almak isteyen okuyucu geliyor. Bazı haberlerde hala adil olmaya devam ediyorsunuz ama pek çok haberde olamıyorsunuz. Çünkü diyelim ki taşrada muhabiriniz yok. DHA'nın Nevşehir muhabiri size bir haber gönderiyor ve bunu kontrol etme şansınız yok. Hakikate ulaşma imkânınız azalıyor gazetecilerinizin sayısı azaldıkça veya örneğin bir bakan hakkında yolsuzluk haberi yapacaksınız ama açıp o bakana sormuyorsunuz.Artık karşı tarafın görüşü denen şey gazetelerde yok gibi bir şey. Bunun iki sebebi var: 1-Karşı tarafa sorma alışkanlığımızı kaybettik. 2- Sorulunca o insanlar tepeden devreye girip o haberi engellemeye çalışıyor. Bazen de başarılı oluyorlar" (Özvarış, 2014 b).

İsmet Berkan, bir başka yazısında da Radikal için geriye gidişin 2001 kriziyle başladığını ifade etmiştir: "Bana soracak olursanız Radikal için sonun başlangıcı 2001 ekonomik krizi oldu. Sadece Radikal de değil; bütün yazılı basın için bir anlamda milat, bir anlamda 'sonun başlangıcı' oldu o kriz şartlarında ayakta kalmak için yapılan tercihler. Benim, 'Daha az haber daha çok görüş ve slogan' diye özetlediğim bu anlayış maalesef Radikal'i bir yola soktu ve oradan geri dönmek, tekrar normal bir patikada daha çok ve

kaliteli özgün haberle okuyucusunu aptal yerine koymayan, ona yön vermeye çalışmayan bir gazeteye geri gelmek mümkün olmadı. Daha çok ve kaliteli haber yayımlamak yerine daha çok görüş ve manşetlerde slogan atmak, okuyucunun bir bölümünü uzaklaştırırken kalanını da daha fazla slogan ister, daha fazla taraflı olmayı talep eder hale getirdi. Bize rakip olarak çıkan gazetenin adının 'Taraf' olması hiç de şaşırtmadı beni. Gazetecilik yapması pahalı bir iş. Haberleri söküp almak, onları derinleştirmek, eksik unsurlarını tamamlamak uğruna bir haberin üstüne bir muhabirle birlikte haftalarca yatmak... Bunların finanse edilmesi için gazetenizin para kazanması gerek (Berkan, 2014).

Hem Genel Yayın Yönetmenliği'nde yaşanan değişim, hem de krizin etkileri Radikal'in tirajını yüzbinlerden 40 binlere inmesi sonucunu beraberinde getirmiştir. Mehmet Yılmaz, 110 bin olarak bıraktığı tirajın 37 bine düşmesinin sebeblerini yayın politikasında yaşanan davranış değişikliklerine dayandırmaktadır; "İsmet'in gazeteciliği ile benimki biraz daha farklı oldu. İsmet daha Anglosakson bir kimlik kazandırmaya çalıştı gazeteye, daha mesafeliydi.Biz de öyle çıkmıştık ama gazete yaşayan, okuyucusuyla etkileşen bir varlık.Bu etkileşimle biz daha duygusal bir gazete olma yoluna girdik.Habercilik anlayışımız Anglosakson anlayışı korumakla birlikte, haberin sunuşu, başlıkları okuyucunun duygusuna hitap edecek bir çizgideydi. Gazetenin okuyucuyla olan iletişiminde bir soğukluk oldu ve ekonomik krizle birlikte tiraj 37 bine düşmüştür" (Özvarış, 2014 a).

2001 ekonomik krizi özellikle finans sektöründe yatırımı olan medya sahiplerini ciddi biçimde etkileyerek medya sektöründeki sahiplik yapısını yeniden değiştirmiştir. Krizle birlikte bazı sermayedarlar medya sektöründen tamamen çekilmek zorunda kalırken, devlet bazılarının sahip olduğu medya kuruluşlarına borçlarına karşılık TMSF kanalıyla el koymuştur. Bu krizin iki önemli sonucu olmuştur: Birincisi, devlet pek çok medya kuruluşunun sahibi haline gelmiştir. İkincisi ise, el konan bu medya kuruluşlarının bir kısmı, daha önce medya sektöründe yatırımı bulunmayan ancak AK Parti hükümetine yakın olan sermayedarlara -üstelik devlet bankaları yoluyla kredi sağlanarak- satılmıştır (Kurban, Sözeri, 2012, s.32).

Radikal gazetesini etkileyen bir başka durum Taraf gaztesinin çıkması olmuştur. Taraf gazetesi, Alkım Gazetecilik Sanayi ve Ticaret A. Ş. tarafından Kasım 2007'den beri çıkarılmakta olup imtiyaz sahibi Başar Arslan'dır. "Düşünmek taraf olmaktır" sloganını kullanan gazete İstanbul Kadıköy merkezli çıkmıştır. Kuruluş sırasında genel yayın yönetmenliğini aynı zamanda gazetenin kurucusu olan Ahmet Altan, Alev Er birlikte yaptı. Gazeteci Ahmet Altan, taraf için şu değerlendirmeyi yapmıştır: "Eski alışkanlıkları kıracak; yeni bir tarzda, yeni laflar söyleyecek birilerine de ihtiyaç var. Birçok insan daha doğru, gerçek, dürüst bakışlarla ve olayların iç yüzünü öğrenmeye ihtiyaç duyuyor. Bu her zaman

gerçekleşmiyor Türkiye'de. Medyanın içinde birçok insan savaşın, kıyamam, baskının Türkiye'nin geleceğini karartacağını görüyor ama medya bir müessese olarak çok kışkırtıcı ve halktan ziyade Ankara'ya bakıyorum…" Gazetenin kurulduğu yıllardaki yazarları arasında Ahmet Altan, Yasemin Çongar, Mehmet Altan, Halil Berktay, Ümit Kıvanç, Murat Belge, Etyen Mahçupyan, Neşe Düzel, Alper Görmüş gibi isimler bulunmaktadır (Toruk, 2008, s.130).

Taraf gazetesinin çıkması Radikal'den hem okuyucu hemde yazar götürmüştür. Bu da gazetenin performansını doğrudan etkilemiştir. Murat Belge gibi bazı yazarlar, Radikalde yazan sağ tandaslı yazarları işaret ederek, Gündüz Aktan ve Namık Kemal Zeybek gibi, sol duruşun bozulduğunu ifade etmişlerdir. Radikal'in giderek duruşunu kaybetmesi ve hemen hemen aynı konjonktürde çıkan Taraf gazetesinin Radikal okuyucusundaki ihtiyaca daha çok karşılık vermesi sonucunda Radikalın tirajlarında düşmeler yaşanmıştır.10 yılda tirajın yaklaşık 110 binden 27 binlere inmiştir. Okur gazetenin ideolojik duruşunu eleştirmekte ve bu yüzden Radikali terketmektedir.

İsmet Berkan yazar kadrosuna dahil ettiği isimler hakkında aldığı eleştirilere karşılık şu ifadeleri kullanmıştır; "Ölçütüm şuydu; bu gazete medenice ifade edildiği sürece bütün görüşlerin duyurulabileceği bir gazetedir. Bu görüşlerin duyurulması, gazetenin kendisinin siyasi görüşünü etkilemez. Görüşlerinin çoğuna katılmasam da bence rahmetli Gündüz Aktan görüşlerini medenice ve düzgün ifade eden bir insandı. Namık Kemal Zeybek de bence kötü bir yazar değildi. Ne kadar okunuyordu, temsil gücü ne kadardır vs. bunları kestirmek zor. Ama Namık Kemal Zeybek'ten o kadar da şikâyetçi değildim" (Özvarış, 2014 b).

Berkan döneminde gazetenin okur kaybetmesini, bir sonraki genel yayın yönetmeni Eyüp Can açıklamaktadır: "Bence birinci neden şu: Radikal ilk çıktığında Türkiye'nin içinde bulunduğu siyasi bir iklim vardı. Türkiye, Avrupa Birliği (AB) arzusu yüksek bir ülkeydi fakat siyasi iktidarsızlıklardan dolayı koalisyon hükümetlerinin yarattığı sorunlarla yaşıyordu.Susurluk kazası Radikal'in yayın hayatında çok önemli bir dönüm noktası oldu. Kadrosu sağlamdı, bu konuda duyarlı gazeteciliği Radikal'i önemli bir marka yaptı. Karar yapıcıların gözünde etkiliydi ama hiçbir zaman büyük bir kitle gazetesine, karlı bir operasyona dönüşmedi. Sonra 2001 krizi oldu ve Radikal ekonomik sebepler ve siyasi çalkantılarla sarsıldı. Bu, grupların bu işe ayırdığı kaynakla da ilgiliydi. İkincisi, Türkiye farklı bir yere savrulurken 2007'de Taraf çıkıyor ve Türkiye kutuplaşırken Radikal, ona kıyasla daha steril duruyor.Türkiye'de "Bu ya da bu tarafla dostluk ya da düşmanlık yapmadan, işime sadık kalacağım" dediğinizde bunun alıcısı çok fazla olmuyor. Bunu her yayın organı kendi içinde yaşadı. Örneğin Sözcü kendini kutuplaşmanın bir diğer tarafında konumlandırdı. Ama Doğan Grubu, "Ben bir yere angaje olmak istemiyorum" diyor. Fakat bu

durum okur kaybına yol açtı (Özvarış, 2014 d).

Radikal tarihi içinde Akif Beki'nin yazar kadrosuna katılması da önemli dönüm noktalarından biri olmuştur. Başbakanlık danışmanlığından Radikal yazarlığına geçiş yapan Beki'nin konumu çok tartışılmış, Berkan'ın "arkadaşım" ve "iyi bir yazar" söylemleri çok ciddiye alınmamış ve kıyasıya eleştirilmiştir. Elekştirenlerin başında da Tuğrul Eryılmaz gelmektedir: "Berkan'ın aktarımına göre, Beki'nin Radikal'deki varlığının sebebi İslami kesimden yazar eksiği olması ve arkadaşlık. Böyle bir şey olabilir mi Allah'ını seversen! Bunlar hep dengeler.Arkadaşımıza köşe yazısı mı yazdırıyoruz, Akif Beki bildiğimiz Başbakan'ın basın danışmanı.Hikâye bu, gazeteciler bir şekilde genel eğilime uygun birtakım manevralar yapmaya başladılar. Türkiye garip bir ülke, kutuplaşmaları seviyor, eğer sağlam durmuyorsan ara tonlarda gidip gelmek pirim yapmıyor. Biz ara noktalarda kalmaya çalıştık ama o duruşumuzu da tam tutamadık, sallandı. Sağcı bir sürü yazar geldi.Namık Kemal Zeybek gibi, iyi kötü demeyeceğim ama bunlar köşe yazarı, gazeteci falan değil" (Özvarış, 2014 c).

Bu isimlerin varlığı beraberin şu tartışmaları ortaya getirmiştir Radikal'in hedef kitlesi olarak koyduğu genç-sol kitleden vazgeçtiği tartışmaları. Bu tartışmayı dönemin özellikleri ile açıklayan Berkan Radikal'in başlangıçtaki sol temelli görüşünden kaymaya başladığının belirtilerini de şu sözlerinde ifade etmiştir; "Gazeteciliğimizden büyük fedakârlıkta bulunmuştuk, onu geri alamadık. Slogan gazeteciliği dediğim habercilik daha büyük bir ağırlık kazandı.Tabii gazeteci milletinin kendi tembelliğinden kaynaklanan bir tarafı da var bunun. Taraftarlar her sabah kendilerini iyi hissetsinler diye Sözcü gibi gazeteler yapılmaya başlandı mesela. Bir de siyasi savruluşu ekleyin bunun üzerine. Kendine muhafazakâr demokrat da dese siyasal İslamcı bir kökenden gelen bir partinin Türkiye'de iktidar olması, Türkiye'de birden bire taşları yerinden oynattı. Riya dönemi sona erdi, herkes kendi gerçeğine döndü.Herkesin "Ben solcuyum", "sosyalistim" gibi maskeleri vardı. Karşında bir İslamcı olunca birden herkes eski Türk kimliğine geri döndü.Radikal gibi kendini Batılı siyasal terimlerle tanımlamış olan bir gazete açısından bu başka bir çıkmaz yarattı. Ortada solcu yokken sol gazete yapmanın ne manası var veya liberal yokken liberal gazete yapmanın manası var mı?" (Özvarış, 2014 b).

Akif Beki'nin ardından Hasan Celal Güzel'in de yazı kadrosuna katılması okurları oldukça sinirlendirmiş ve gazetenin ideolojik duruşu pek çok farklı platformda eleştirilmiştir. Birikim Dergisi'nde çıkan, Radikal okurları başlıklı eleştiri bunlardan biridir. Yazıda şöyle denilmektedir: "Gazetenin son dönemlerde radikalliğinin törpülendiğini, hatta radikalliğinin farklı bir kanada doğru kaydığını görüyoruz. Açıkçası gazetede öteden beri yazan Mehmet Ali Kışlalı ve Gündüz Aktan'la birçok Radikal okurunun yıldızlarının barışmadığını

söyleyebiliriz. Bu yazarların tavırları, gazetenin sergilediği duruşla çoğu zaman çelişmekte. Ancak Hasan Celal Güzel'in gazetede yazmaya başlaması bardağı taşıran son damla oldu. Yazarın yarım sayfayı bulan deklarasyonları, Radikal'in içinde başka bir gazeteden sızmış gibi duruyor. 'Diğerleri' içinde rahatça yer bulacakken, bu yazar neden Radikal içinde ve onun yukarıda özetlediğimiz ilkeleriyle taban tabana zıt görüşlerle, yazabiliyor? Güzel'in militarize dili ve okuyucuya "el ense çeken" tavrı, son günlerde iyice abartıya kaçmış durumda" (Birikim, 2006, s.23).

Ayrıca Ergenekon ve Balyoz davalarında gazetenin alamadığı net tavır da, okur nezdinde prestij yitirmenin bir başka nedeni olmuştur. Gazete bu süreçte davadaki haksızlıkları işaret ederken, diğer yandan darbe savunucusu noktasına gelebilmiştir. Bu kararsız tutum okur nezdinde cezalandırılmıştır.


Radikal'den 7 GÜN 7 KiTAP
Üçüncü kitap 'GÜNEY EGE' bugün herkese ücretsiz
Türkiye Keşif Rehberi

Tüp bebekten önceki yollar
Kısırlık sorunu yaşayan çiftlerin aklına ilk gelen tüp bebek yöntemi, aslında son tedavi seçeneği. Daha kolay ve ucuz olan aşılama yöntemi uygun hastalarda başarılı sonuçlar veriyor. Olmazsa tüp bebek deneniyor.
EN SON YÖNTEMLERİYLE TÜP BEBEK YAZI DİZİSİ 13. SAYFADA

Bantla başarı oranı yüzde 35
Sigarayı bırakmak isteyenler için nikotin bandı tedavisi uygun ve yeterli. Ancak nikotin tedavisi sürerken bir yandan da sigara içmek tehlikeli. Genetik testler, hastaya özel sigara tedavisinde hayli yararlı.
SİGARAYI BIRAKMANIN ETKİLİ YOLLARI YAZI DİZİSİ 8. SAYFADA

Hâlâ seksiler...
60'lı yaşlarda güzellik sırları
Meryl Streep (yanda), Susan Sarandon, tasarımcı Vera Wang gibi isimler 60 yaşını geçti ama hâlâ seksi ve genç görünüyorlar. Peki sırları ne? 62 yaşındaki Sarandon: "Yaşlanmak güzel, ama insanın hissettiği yaş önemli." Aynı yaştaki Jane Birkin: "Tutkunu asla bırakma, sadece ilerlemeye devam et."
22. SAYFADA

Radikal
21 TEMMUZ 2009 SALI - YIL: 13 - SAYI: 4665 - 75 Kr (Kıbrıs fiyatı 1.5 TL) http://www.radikal.com.tr

'Ergenekon'dan açılan ikinci davanın ilk duruşması yapıldı
Hukuk devleti kazansın
Kuvvet komutanları dahil tutuklu, tutuksuz çok ünlü kişilerin sanık olduğu, haber ve yorum yağmuru yüzünden kamuoyunu ikiye bölen ve 'darbe girişimi'ni de içeren dosyada söz artık mahkeme heyetinin

'Üçüncü' de yargıda
52 kişi 'şüpheli'
Eski Özel Harekâtçı İbrahim Şahin ve bazı eski rektörlere yönelik operasyonlara ilişkin hazırlanan 1454 sayfalık iddianamede 52 kişi 'şüpheli' sıfatıyla yer alıyor. İnceleme için 15 gün süresi bulunan mahkeme, gecikmemek için mevcut Ergenekon duruşmalarına 6 Ağustos'a kadar ara verdi.
11. SAYFADA

Savcılık açıkladı
Silahların listesi
Başsavcılığın açıklamasına göre savcılık tarafından mahkemeye teslim edilen üçüncü Ergenekon iddianamesinde, 12 Haziran 2007'den itibaren el konulan veya bulunan silah ve mühimmatın dökümü de yer alıyor. Bazı rakamlar: 275 tabanca, 44 tüfek, 424 el bombası, üç kilogram patlayıcı madde...
11. SAYFADA

Emekli Orgeneraller Tolon ve Eruygur, emekli Tuğgeneral Ersöz, gazeteciler Balbay ve Özkan'la eski Esenyurt Belediye Başkanı Çapan da sanıklar arasında.

Tebligat sorunu
'Darbe teşebbüsleri'ni içeren ikinci Ergenekon iddianamesiyle açılan davanın ilk duruşması görüldü. Emekli Orgeneral Eruygur hastalığı, emekli subaylar Ersöz ve Uğur tebligatın GATA'ya ulaşmaması nedeniyle duruşmada yoktu; Güven ve Tolon paşalar hazırdı.
Salon rahattı
Anayasa Mahkemesi Başkanvekili Paksüt, eşi Ferda hanıma eşlik etti. Silivri'de yeni oluşturulan salon nedeniyle fiziki sıkıntı yoktu. Kimlik tespiti sırasında salondakiler YP Genel Başkanı Tuncay Özkan'ı alkışlayınca hâkim, "Salonu boşaltırım" diye uyardı.
Dışarıda iki grup
Mahkeme öğleden sonra usule dair talepleri kabul etti. Dışarıdaysa 'Ergenekon soruşturmasını hukuk dışı bulanlar' ve 'soruşturmayı destekleyen' gruplar faal haldeydi. Herkesin dileği, kararın 'taraftarlar'a değil, hukuk devletinin tesisine hizmet edecek olması.
İSMAİL SAYMAZ ve SERKAN OCAK 11. SAYFADA

Temizöz davası 11 Eylül'de...
Cizre'de 1990'lardaki faili meçhullere dair soruşturmada tutuklanan ve dokuz kez ağırlaştırılmış müebbeti istenen Kayseri İl Jandarma Alay Komutanı Albay Cemal Temizöz 11 Eylül'de hâkim karşısında; davada korucu Kamil Atak da yargılanıyor. 22'DE

Davutoğlu'na göre:
Çözüm yeri İmralı değil Ankara
Dışişleri Bakanı Davutoğlu'nun, "Öcalan'ın söyleyecekleri çözüme dahil olur mu" sorusuna yanıtı: "Türkiye'nin kendi iradesiyle bulacağı çözümler var. Konuşma zemini de Bakanlar Kurulu ve MGK'dır. Başka zemin aramamalı."
Davutoğlu, gazetecilerle buluştu.
MURAT YETKİN 10. SAYFADA

Dolar 1.51'e indi
Dünyadaki toparlanma Türkiye'yi de olumlu etkiledi. Dolar yılın en düşük seviyesi olan 1.51 TL'ye kadar geriledi. Borsa günü 23 puan yükselişle kapattı. 7'DE

Yine kadına kurşun
Hemşire Dilek Daşdanoğlu, ayrı yaşadığı eşinin evine oğlunu görmek için gitti. Tahir Daşdanoğlu, gelen mesajları bahane ederek genç kadını başından vurdu. 3'TE

Vedat Okyar öldü
Beşiktaş'ın eski milli futbolcularından, spor yazarı Vedat Okyar hayatını kaybetti. Okyar bugün Teşvikiye Camisi'ndeki öğle namazının ardından Zincirlikuyu Mezarlığı'nda defnedilecek. 18'DE
Okyar, iyi bir Beşiktaşlıydı.

Aslantepe sözü
TOKİ Başkanı Bayraktar: "Galatasaray stadı için ihale 27 Temmuz'da olacak. İnşaat da 365 günde bitecek. Başbakan bu projenin arkasında." 4'TE

'Müesses nizam' direnirken
İSMET BERKAN 3'TE
Öcalan, Derrida okuyorsa...
AKİF BEKİ 8'DE
Ergenekon 2: Cin şişeden çıktı
CENGİZ ÇANDAR 9'DA
Ergenekon ve solcular
ORAL ÇALIŞLAR 11'DE

Adli Tıp'a neşter
Cumhurbaşkanı, en son mahkûm Güler Zere'ye dair raporuyla tepki gören Adli Tıp'ın teftiş edilmesi için DDK'ya talimat verdi
Sürekli skandal
Hüseyin Üzmez davasındaki tartışmalı rapor, Münevver dosyasındaki otopsi skandalı ve son olarak ileri derece kanser hastası mahkûm Güler Zere'nin cezaevine dönmesi gerektiğine dair eleştirilen raporla gündeme oturan Adli Tıp Kurumu, Köşk'ün de dikkatini çekti. Cumhurbaşkanı Gül, Devlet Denetleme Kurulu'na (DDK) teftiş talimatı verdi.
Araç ve amaca bakılacak
Köşk açıklamasına göre DDK, Adli Tıp'ın son üç yıldaki faaliyet ve işlemlerinin mevzuata uygunluğunu inceleyecek. Ayrıca Kurum, daha etkin ve verimli çalışabilmesi için mevzuat, teşkilat, personel, amaç, araç, gereç ve metotlar yönünden de değerlendirilecek.
BEHZAT MİSER'İN HABERİ 9. SAYFADA
Gül, müfettişleri harekete geçirdi.

Görsel 3.3 Radikal Gazetesi 21 Temmuz 2009 Tarihli Manşet Sayfası

İsmet Berkan davalar sürecindeki gazetenin duruşunu şu sözlerle ifade etmektedir: "Balyoz bizim dışımızda bir hadiseydi, Taraf gazetesi tarafından çıkartıldı. Ben hiçbir zaman tam olarak da olayı anlayamadım. Bu konuda cehaletimi söyleyeyim, çok meşguldüm ve oturup Balyoz'un dava dosyalarını incelemedim. Ergenekon'uysa detaylarıyla okudum.

Ergenekon'daki çelişkileri de yazan biziz, davaya büyük ölçüde haklılık atfeden de." Ancak bu tutum hem Tuğrul Eryılmaz, hem de Mehmet Y. Yılmaz tarafından eleştirilmiştir. Eryılmaz; "Bu süreçte Radikal bunu yapmak yerine daha çok Balyoz ve Ergenekon sanıklarına karşı tavır aldı. Hak ihlallerini daha çok arka plana attı.Haber nedir biliyor musun, birileri bir şeyin yayımlanmamasını istiyorsa işte o haberdir.Bu da benim cümlem değil, Anglosaksonlardan çaldım.Gazeteci de bunu yapmıyorsa gazeteci filan değildir", (Özvarış, 2014 c) derken, Mehmet Yılmaz da gazetesini şöyle eleştirmiştir: "Radikal çok savruldu o dönemde. Türkiye'de yaşayan bir gazeteci bilir ki Türkiye'de derin devlet karanlık işler çevirir. Ergenekon gibi bir soruşturmanın da derin devletle bir hesaplaşma fırsatı olduğunu düşünmen ve haberciliğini de o yönde geliştirmen gerekir. Ama bunun yerine Türkiye'de iki tavır gelişti; 1- "Ergenekon soruşturmaları fos", 2- "Ergenekon'a bulaşan herkes Ergenekoncu. Radikal de bir ona savruldu, bir ona savruldu.Hâlbuki ikisi de doğru bir çizgi değildi.Radikal gibi bir gazetenin görevi gerçeğin ortaya çıkmasını sağlamaktır ki suçlu kimse cezasını görsün.Radikal bunu yapmadı, yapamadı.Aynı şey Balyoz davası için de geçerli.Yapsaydı okuyucunun ilgisini çekebilirdi. Tabii muhalif bir çizgi izlemek bu dönemde o kadar kolay değil. Başbakan'ın öfkesinin sınırı yok." (Özvarış. 2014 a)

Yaşanan ekonomik kriz, değişen siyasi iklim, gazetenin prestijini etkileyen Ergenekon ve Balyoz davaları ve Taraf gazetesinin Radikal'in yerine oynaması gibi pek çok factor, gazetenin konumunu sorgulamasını beraberinde getirmiştir. İsmet Berkan 2010 Ağustos'unda gazeteyi 27 bin gibi bir tirajla bırakmış ve yerine Eyüp Can getirilmiştir.

3.2 Tabloid Boy Dönemi

Radikal Gazetesi 17 Ekim 2010 tarihice Eyüp Can'ın genel yayın yönetmenliğinde tabloid boya geçiş yapmıştır. Uzun zamandır planlanan bu format değişikliği ile birlikte gazetenin içinde bulunduğu sıkıntılı durumun aşılması hedeflenmiştir. Can, Radikal gazetesine Referans gazetesinden geçmiş ve her iki yayın arasında bir sentez kurarak "yeni" Radikal'i yaratmıştır. Hedefi en az yüz bin bandının üzerinde bir tirajının olması ve onunla paralel bir biçimde bir reklam gelirinin olmasıdır. Bu beklentileri karşılamak adına tabloid boya geçme kararı alan Can bunu tercih ederken, Türkiye'de ne kadar karşılık bulacağı konusundaki kaygılarını şöyle dile getirmiştir: "Tabloidin Türk toplumunda çok fazla karşılığı yok. Bu hakikaten de Türk basınında çok radikal bir adım.Geçmişte bu tarz düşünceler, denemeler olmuş. Ama ya iyi yapılamadığı için, ya başka sebeplerden dolayı sonuç alınamamış ve şu anki büyük boy gazete dışındaki bir boyun gazete olarak tutmayacağı düşüncesi hâkim olmuş.Oysa adı Radikal olan bir gazete yapıyoruz.Biz dedik ki Türk medyasına bu yeni boyutu getiren gazete biz olalım.Ve bu sadece bize özgü bir durum

değil.Dünyanın her yerinde gazeteler daha kompakt boyutlara gidiyorlar.Mesela İngiltere'de tabloid sadece biçimin adı değildir.Tabloid diye bir de gazetecilik var biliyorsun.İkisini birbirinden ayırt etmek gerekiyor. İngiltere gibi tabloid gazeteciliğin çok yaygın olduğu bir medya ortamında Sun diye kendine özgü bir anlayışı olan bir gazete var” (Akman, 2010).

Dünyada tabloide dönük bir yönelimin olduğunu ileri süren Can, Independent, Times Guardian, Berliner ve Observer gibi gazetelerin yolunu takip ederek yeni ve modern bir gazette yaratma yolunu tercih etmiştir. Gazeteleri açmanın metroda, otobüste, trende, yollarda okuma zorlukları yaratmaktadır.İnsanlar büyük gazeteyi kıvırıp rahat okuyamıyorlar.New York Times ince uzun bir gazete haline gelmesi ve Wall Street Journal tabloide dönmesinin sebeblerinde de bunlar yatmaktadır. Aslında tabloid boy yani kompakt boy kalabalıklaşan hayatın içinde artık insanların daha kompakt bir hayat yaşama isteğinin ortaya çıkardığı bir yapıdır. İşlerine giderken gündemden geri kalmamak aynı zamanda da bu iş için daha az vakit harcamak için her türlü ortamda okuyabileceği kompaktlıkta bir gazete ihtiyacını ortaya çıkarmasıdır boyutttaki bu değişimim sebebi. Bu değişim aslında Radikal’de de görüldüğü gibi daha kompakt bir yapıya geçişin de habercisidir. Gazetenin boyutunun küçülmesinin yapılan gazetecilikte bir değişime yol açmayacağını belirten Can, aslında bunun boyutla ilgili olmadığını, sizin o boyutun içine sıkıştırdığınız enerji ile ilgili olduğunu söylemiştir. Radikal’i yeni ebatlarıyla küçük boyutlu ama enerjisi daha yoğun bir gazette olarak tasarladıklarını söylemektedir.

Radikal’in kulvarındaki gazetelere göre yaklaşık bir buçuk kat daha fazla reklam geliri aldığını söyleyen Can bunun ekonominin dönmesine yetmediğinin ve bu yüzden mevcut kadronun büyük bir kısmını tutarak yeni bir ekip kurulduğunu belitmiştir. Bu dönemde ekibe katılanlar; Milliyet’te olan Çınar (Oskay) hafta sonu gazetesinin yayın yönetmenliğine getirlmiştir, Hürriyet’ten Bülent Mumay gelmiştir, Ezgi Başaran ve ekonomi gazetesi döneminden Muhittin Danış’tır. Yeni ekip ile çalışmalara başlayan Can sonrasında format üzerine tartıştıklarını ve dünyada gazetelerin kompakt bir hale gelmesi sonucunda da kompakt bir gazete olma kararı verdiklerini, en sevdiği formatın berliner formatı olduğunu fakat Türkiye’de berliner formatı basabilecek matbaa ve altyapı olmadığı için de mecburen tabloidde karar kıldıklarını belirtmiştir (Özvarış, 2014 d).

Tabloid boyun ilk künyesinde ise isimler bulunmaktadır:

Genel Yayın Yönetmeni: Eyüp Can Sağlık

Yayın Koordinatörü: Bülent Mumay

Yazı İşleri Müdürleri: Muhittin Danış, Gökçe Aytulu

İcra Kurulu Başkanı: H.Hasan Yılmaz

Ekonomi Koordinatörü: Sefer Levent

Yan Yayınlar Yönetmeni: Cem Erciyes

Haber Müdürü: Abdullah Kılıç

Ekonomi: Jale Özgentürk

Dış Haberler: N.Aslı Tekinay

Görsel Yönetmen: Sertaç Bala

Kültür-Sanat: Erkan Aktuğ

Spor: Uğur Vardar

Radikal İki: Tuğrul Eryılmaz

Hayat: Bahar Çuhadar

Ankara Temsilcisi: Deniz Zeyrek

Yayın Danışmanı: Erdal Sağlam

Yayın Sahibi Temsilcisi ve Sorumlu Müdür: Hasan Kılıç

Radikal'in o dönemdeki yazar kadrosunda şu isimler bulunmaktadır: Eyüp Can, Ezgi Başaran, Sibel Cingi, Ömer Erbil, Faith Yağmur, Akif Beki, Murat Yetkin, Özgür Mumcu, Tarhan Erdem, Cengiz Candar, Kemal Burkay, Robert Fisk, Abdullah Kılıç, Uğur Gürses, Faith Özatay, Ömer Şahin, Fehim Taştekir, Oral Çalışlar, Serkan Ocak, Cüneyt Özdemir, Altan Öymen, Orhan Kemal Cengiz, Rifat Başara, Güven Sak, Sefer Levent.

1- 7 Aralık 2011 tarihleri arasında tabloid boy Radikal gazetesi incelendiğinde, yazı, fotoğraf ve reklam dağılımı ise şöyle seyretmiştir: İlk sayfasında ortalama olarak %27 yazı, %65.2 fotoğraf ve %7,2 reklam yer kaplamaktadır. Diğer sayfalarda ise ortalama olarak %72 yazı, %19,2 fotoğraf ve %7.7 reklam yer almaktadır. Tabloid gazetesini dört bölüme ayıran Radikal Gündem bölümü için 14, Yorum bölümü için 2, Ekonomi bölümü için 7 ve Dünya bölümü için de 4 sayfa ayırmıştır.



Şener Şen, Cem Yılmaz'a nerede tokat attı?
Cem Yılmaz Radikal için sordu, Şener Şen "Hayırdır inşallah" dedi.

Radikal
17 EKİM 2010 PAZAR
Fiyat: 50 Kr yerine
www.radikal.com.tr
25 KURUŞ TANIŞMA FİYATI

Fanatik Beşiktaşlı Hayko Cepkin, 3-2'lik Manisa mağlubiyeti öncesi Burcu Esmersoy'a nasıl çıldırdığını anlattı. S40

TÜRKİYE'NİN Referans SAYFALARI

MB Başkanı Durmuş Yılmaz, kapalı oturumda TÜSİAD'ın konuğu oldu. Ümit Boyner ve Yılmaz ortak basın toplantısı yaptı.

Kadının fendi TÜSİAD'ı yendi

Kadın başkanlar ve artan kadın üye sayısı 40 yıllık TÜSİAD'da yeni bir sayfa açıyor. 1971 yılında 12 işadamı tarafından kurulan Türk Sanayici ve İşadamları Derneği'nin ismindeki 'işadamı' kelimesi tarih oluyor. TÜSİAD'ın yeni ismi 40'ıncı kuruluş yıldönümünde açıklanacak. S25

YILMAZ: EKİM ENFLASYONU %8 S24

Bu ülkede travesti cenazesini kim yıkar?
Devlet, ameliyat olmuş transları kadınların yıkamasına izin verirken, ameliyat olmamışları erkeklere yıkatıyor.
Dilek Kurban S12

Alevi köyünde bir 'Issız İmam'

İbadetlerini cemevlerinde yapan Alevi köylerine cami yapılmasının yol açtığı tuhaf durumlardan biri Çanakkale'de yaşanıyor. Denizgöründü Köyü'nde 2007'de Diyanet İşleri Başkanı Ali Bardakoğlu'nun açtığı caminin hiç cemaati yok. İmam namazları tek başına kılıyor. S18

Dün Türkiye'de resmen dinlenen telefon sayısı

71 bin 538

Türkiye'nin yasal takip üssü Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı kapılarını ilk kez Radikal'e açtı.

Türkiye'de yasal olarak dinlenen telefon sayısı 71 bin 538. Bunun yüzde 35'i adli, yüzde 65'i istihbarat amaçlı. Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı (TİB) aslında dinleme değil, kayıt merkezi. Kaydedilen veriler arasında konuşmalar, kısa mesajlar ve fakslar da var.

Yaygın kanının aksine canlı dinleme yapılmıyor. TİB'de kaydedilen veriler dinlemeyi talep eden kuruma gönderiliyor. İlk 9 ayda 54 bin 851 dinleme kararı ulaştı. S14

dijital kaleden bildiriyor 1 Deniz Zeyrek

TİB Başkanı Fethi Şimşek, kapılarını ilk kez Radikal'e açtı.

Burası tüm dinlemelerin kaydedildiği merkez.

Jandarma, MİT'i dinlemeye kalkınca

Bugüne dek gizli kalan bir gelişme, dinlemelerin yasal denetime alınıp tek merkezde toplanmasına yol açtı. Jandarma istihbaratının kendilerini dinlediğinden kuşkulanan MİT, Başbakanlık'a tek merkezden hakim kararıyla dinlemeyi teklif etti. Devletin güvenliğinden sorumlu kurumların birbirlerini dinledikleri kuşkusuna varan derin güven bunalımı, karar alıcıları harekete geçirdi.
Murat Yetkin S16

71 bin 538'in anlamı
70 bin dinleme için rahatlamamız mı gerekiyor paranoyaya kapılmamız mı?
Eyüp Can S15

Dinleyen nağmeler
Türkiye'de dinlenmeye değer 70 bin insan olması geleceğe umutla bakmamı sağladı.
Sırrı Süreyya Önder S17

60 yıl önce... 60 yıl sonra
Necip Fazıl ve Balbay'ın ortak kaderi
Altan Öymen yazdı 36

(Kıbrıs Fiyatı: 75 Kr)
9 771304 922008

Görsel 3.4 Radikal Gazetesi 17 Ekim 2010 Tarihli Manşet Sayfası

Radikal başlangıçta sansasyonel bir çıkış yapsa da tirajlarda bir başarı sağlayamamış ve ebat değişikliği gazetenin olumsuz çizgisini değiştirmeye yetmemiştir. Mehmet Y. Yılmaz, bu başarısızlığı şu sözlerle açıklamaktadır: "Tabloide dönüşüm olmayacak bir şey değil.Ama

tabloide dönüştüğün zaman gazetenin birinci sayfasının biraz daha okuyucuyu çağıran, bir tür poster, film afişi gibi düşünülmesi gerektiğine inanırım. Bugünkü birinci sayfa okuyucuyu içeriye çağırmıyor, bir şey söylemiyor. Gazetelerin satıldığı o küçük alanda insanların dikkatini çekip gazeteye ellerini uzatmalarını ve bir sayfa çevirmelerini sağlayacak bir tabloid birinci sayfan yoksa satamazsın. Ankara bürosu kapanan, muhabir kadrosu küçültülen bir gazete birinci sayfada bağıracak haberi nasıl bulur? Bulamazsın. Çünkü havuzdan haber çıkmaz" (Özvarış, 2014 a).

Eyüp Can ise geriye dönüp bu süreci şöyle tanımlamaktadır: "Radikal'i devraldığımda hem tiraj, hem reklam geliri, hem insan kaynağı açısından büyük bir kan kaybı yaşıyordu. İnsanların moral ve motivasyonu çok kırıktı, hep "Kapanıyor" deniyordu. Hakikaten yeniden kurgulanması ve motive edilmesi gereken, özü sağlam ama bir ruh üflenmesine ihtiyaç duyan bir markaydı.Biz de arkadaşlarla kadroyu güçlendirdik. O zaman ilk Radikal'de olanlar, 'İlk kurulduğunda da böyle bir şey yaşamıştık' dediler, güçlü bir denemeydi. Ama bu deneme kâğıtta istediğimiz sonucu almamıza yetmedi.Şimdi bunun sebeplerini dışarıdan herkes analiz edebilir.İçeriğe dair ben özellikle ilk 6 ay keyifli bir gazete yaptığımıza inanıyorum. Ama ekonomik tablo bunu desteklemeyince başa dönüyorsunuz ve kan kaybı başlıyor" (Özvarış, 2014 d).

Radikali sürekli harcamaları kısan bir anlayışla yönetmek zorunda kaldıklarını ifade eden Can kağıtttan istediği sonucu alamamasının sebeplerini şu faktörlere dayandırımaktadır: "Radikalin çıktığı dönemde Türkiyenin içinde bulunduğu siyasi iklim, Taraf gazetesini çıkması, Radikalin bu süreç boyunca olaylar karşısındaki duruşu ve dijital yayıncılığın son 5-6 yıldır çok gelişmiş olması.İnsanların akıllı telefon ve tablet kullanımı artıyor, internet erişim oranları 20 milyonları geçti. İnsanlar internetten, dijital ortamdan ücretsiz tüketmeye alıştılar haberleri ve bu sadece Türkiye'ye özgü bir sorun değil, dünyanın her yerinde bu sorun var. Bunun karşısında yazılı gazeteler ciddi biçimde zorlanıyorlar. Ama dijitalden de henüz beklediğimiz ekonomik model çıkmış değil, oradaki sıkıntılar da ayrıca konuşulması gereken şeyler" (Özvarış, 2014 d)

Tabloid boy Radikal dönemi, önemli ideolojik tartışmalara sahne olsa da, yine de klasik Radikal gazeteciliğinden önemli örneklerin verildiği bir dönem olmuştur. Özellikle Gezi Olayları sırasında gazetenin tabrı, özellikle Ali İsmail Korkmaz cinayetindeki aktif tavrı dikkat çekmiştir. Eskişehir'de Gezi Parkı gösterilerine katılan üniversiteli Ali İsmail Korkmaz, 2 Haziran 2013'te kaçtığı bir sokakta polisler ve siviller tarafından dövülmüş ve 40 gün sonra, 10 Temmuz'da hayatını kaybetmiştir. Radikal, Korkmaz'ın öldürülmesini adım adım takip etmiştir. Radikal, 12 Temmuz'da 'Kayıp 18 dakika' manşetiyle ilk görüntüleri yayımladı ve Korkmaz'ın dövüldüğü sokaktaki bir otele ait kameralarda 18 dakikalık kaybın

olduğunu açıklamıştır. 17 Temmuz'da 'İşte son ifadesi' manşetini atan Radikal, Korkmaz'ın ölümünden önceki son ifadesini yayımlamıştır. 8 Ağustos'ta 'O tekme' manşetiyle Korkmaz'a tekmelerin atıldığı anın fotoğrafını, 23 Ağustos'ta ise '68 saniyede linç' manşetiyle de dayak görüntülerini yayımlamıştır. Radikal, Korkmaz'ın ölümüne ilişkin haberlerin yanı sıra Mehmet Ayvalıtaş'ın ölüm anını, Berkin Elvan'ın öldüğü noktaya ait TOMA görüntülerinin varlığını ilk duyuran gazete olmuştur..



Tahkim Kurulu, Aziz Yıldırım'ın cezasıyla ilgili açıklamayı henüz yapmadı.

Şimdi top CAS'ta

UEFA Tahkim Kurulu Beşiktaş'a verilen 1 yıllık cezayı onadı, Fenerbahçe'nin 2+1 yıllık cezasını 2 yıl olarak değiştirdi. S34

Bundan sonra ne olacak?
İki kulüp bugün CAS'a başvurarak 19 Temmuz'daki kura çekimi öncesi yürütmenin durdurulmasını isteyecek. Ancak hukukçulara göre durdurma kararı çıkması çok zor.

Radikal
16 TEMMUZ 2013 SALI
Fiyat: 75 Kr www.radikal.com.tr

'Paşa' Kartal'ı istemiyor Kasımpaşa taraftarı, sahasının Beşiktaş'a açılmasına karşı. Yeni sezon, taraftar gerilimiyle başlayabilir. S33

Odun da serbest kaldı

'Palalı'dan sonra 'sopalı' da serbest. Ali Osman Korkmaz'ın dövülerek öldürülmesine karıştığı iddiasıyla yakalanan S.K. tutuklanmadı. Gerekçe: Korkmaz'a vurduğu belli değil.

Otobüs şoförü S.K, odunu yolda karşılaştığı göstericilerden kaptığını iddia etti. Korkmaz'ın dövüldüğü sokağa gittiğini belirten S.K, **meşe odunuyla** yarım saat polislerin yanında beklediğini belirtti. Bir tanık, polislerle 'bu sivil vatandaş'ın gelip geçenlere vurduğunu anlattı. Mahkeme 'yurt dışı yasağı' koyarak S.K.'yı tahliye etti. **İsmail Saymaz** S10

Öldüren dayağın 43. gününde elde sadece sopalı görüntüler var.

'Vurmayın, öldüm'
Korkmaz'ın öldürülmesine ilişkin ikinci bir tanığın ifadesi alındı. O gece balkonda olan biteni izlediğini anlatan tanık, sokaktan, "Vurmayın, öldüm" sesleri geldiğini, dört sivil ve üç resmi polisi copla gördüğünü belirtti.

Cezaevi, babaların çiftliğine dönmüş
Silivri Cezaevi Müdürü dahil 15 memur ve 20 çeteci gözaltında. Operasyon, savcılara uzanabilir. **İsmail Sağıroğlu** S09

Balyoz temyizi krizle başladı
Balyoz duruşmasında 'soyadı sırasıyla savunma' kararı tepki çekti. Bir grup, Genelkurmay'ı protesto etti. **S**12

Suit odalı bir 'demokrasi adası'
Radikal, yüzde 65'i imara açılacak olan Yassıada planlarının ayrıntılarına ulaştı. Adada otel ve süit odalar da bulunacak. **Tarık Işık'ın haberi** S06

PLANDA GÖRÜNMEYENLER
Ömer Erbil'in analizi S07

Görsel 3.5 Radikal Gazetesi 16 Temmuz 2013 Tarihli Manşet Sayfası

Eyüp Can dönemi, Radikal gazetesinin tarihinde ideolojik olarak da analiz edilmesi gereken bir dönemdir. Sağ gelenekten gelen Eyüp Can Sağlık, Muhittin Danış ve Ömer Erbil'in varlığı, Tuğrul Eryılmaz'ın ifadesiyle gazetede bir gerilim nedeni olmuş ve daha radikal sol ekiple içten içe yürüyen bir çatışmanın oluşmasına neden olmuştur. Erylmaz bu süreci, "Radikal'i radikalcilerden temizleme süreci" olarak tanımlamakta ve şunları söylemektedir: "Daha muhafazakâr davranmak isteyenler ve daha sol, radikal davranmak isteyenler vardı. Ben ikinci tarafta oldum her zaman. Üç tane önemli isim, Eyüp Can Sağlık, kişisel olarak çok sevdiğim haber koordinatörü Muhittin Danış ve istihbaratın başında Ömer

Erbil hep sağ gelenekten geliyor ve Radikal Gazetesi çıkarılmaya çalışılıyor. Bu bir gerginlikti ve keşke kavga edilseydi de patlasaydı. Böylece insanlar daha dürüst ve açık olurdu ve belki bunlar başımıza gelmeyebilirdi. Ayrıca her şey ideolojik de değil, sen adamlarını nasıl motive edersin? Yayın müdürü olarak çıkar ortalıkta gezer, insanlara bulaşır, bir şey sorar, bir tepki gösterir, bir övgü yaparsın…Ama Radikal'de müthiş bir kopukluk vardı.Herkes kendi ahbaplarıyla takılıyordu.Gazete bir türlü bütün haline gelemedi. Onlar ve biz diye bir şey oldu." (Özvarış, 2014 c)

Eyüp Can'ın Fettulah Gülen'e yakınlığının önemli bir sorun olduğunu düşünen Tuğrul Eryılmaz şunları söylemektedir: "Ne zaman ki Cemaat-AKP kavgası koptu, bu sefer Radikal'in tavrı değişti. Haksızlık etmek istemiyorum meslektaşlarıma ama sen bir işin yayın müdürüsün, hamama giren terler. Gazetenin habere gitme ve haber toplamasındaki gerçek bozulma Eyüp Can'la başladı. Dört sene önce bize "sokak yazarları olacak", "çoğalacağız" gibi büyük büyük laflar edilirken bak kapandık. Önce gazete küçüldü, sayfalar azaltıldı, birtakım yeni köşe yazarları geldi. Akif Beki örneğin çıkmazdı Eyüp Can'ın odasından" (Özvarış, 2014 c).

AKP- Cemaat kavgasıyla birlikte müdahalelerin daha çok olmaya başladığını vurgulayan Tuğrul Yılmazer Radikal'in sahip olduğu göreceli özgür ortamın giderek daha azaldığını belirtmiştir. "Bu müdahaleler sayfa editörlerine söyleniyor, sen de onunla kavga ediyorsun. Biz o yüzden Radikal İki'ye sığındık.Gazetede ben iyice aklımı kaçırırdım. Çok temel bir şey, Radikal'e sade suya tirit manşetler, sayfalar getirdi. Bu tarafsızlık adına yapıldı ama gazete kişiliksizleştirildi. Eyüp Can manşetleri nasıl yumuşatacağım diye artık bayılmak üzereydi" (Özvarış, 2014 c) sözleri ile Radikalin yayın politikasında Can'ın getirdiği anlayışı eleştirmiştir.

İstediği satışa ulaşamayan Radikal'de küçülme devam etmiş ve pek çok farklı birim kapatılmış, yeni eski pek çok çalışan gazeteden atılmıştır. Eyüp Can, işten çıkarılmalarla ilgili şunları söylemiştir: "Bir yayın yönetmenin, yazarların da parçası olduğu yayın politikası ile ilgili olarak karar verirken patronu ile konuşur, belli bir mutabakat sağlar ve o mutabakat üzerinden işini yapar diyen Can bunun operasyonel kısmı gruptan gruba değişitiğini, Radikal'e geldiğinde mevcut yazarların bir kısmı ile yollarımı ayırdığını, bir kısmı ile devam ettiğini belirtmiştir. İşten ayrılan arkadaşlar ile ilgili kararlar benimdir fakat yazarların alımına patronlarla yayın yönetmenleri birlikte karar verirler." (Özvarış, 2014 d)

Yıldırım Türker'in Radikalden ayrılması konusunda görüş belirten Can "Radikal'in önemli kalemlerinden biri olduğunu, yazdığı bir yazıyla ilgili olarak itirazlarım oldu ama o da zaten biraz 'Ben de sıkıldım, biraz çıkmak istiyorum' gibi bir ruh halindeydi. Benim için çok kıymetli bir yazardı. Radikal'de kalmasını, güçlü kalemini orada konuşturmasını, devam

etmesini istiyordum ama o yazı da somut olarak haksızlık yaptığını düşündüğüm bir yazıydı." (Özvarış, 2014 d) sözleri ile Türker'in işten ayrılışının kedisi tarafından istendiğini söylemiştir: "Radikal gazetesindeki ideolojik kamplaşma ve işten çıkarmalarla ilgili Deniz Zeyrek ise daha iyimser bir bakış açısına sahiptir. Zeyrek, konuyla ilgili şöyle yazmıştır: "Radikal'de Hasan Celal Güzel'in, Namık Kemal Zeybek'in, Akif Beki'nin yazdığını, Murat Belge'yle, Perihan Mağden'le, Yıldırım Türker'le, Ertuğrul Mavioğlu'yla, Ahmet Şık'la yolların ayrıldığını söylüyorsunuz. Ben, aynı zamanda bir okur olarak, çoksesliliğe işaret ederek, geride bıraktığım 17 yılda Radikal'in Türkiye'nin demokratikleşmesine büyük katkıda bulunan bir okula dönüştüğüne inanıyorum. Mesela Ahmet Şık ve Ertuğrul Mavioğlu yollarını ayırdı ama İsmail Saymaz ve Mesut Hasan Benli gibi genç arkadaşlarımız insan hakları haberciliğinde ikisini de aratmıyor. Perihan Mağden'i kaybettiğimize çok üzülmüştüm ama bugün Pınar Öğünç'ü, Ezgi Başaran'ı da aynı zevkle okuyorum. Yıldırım Türker çok büyük bir kayıptı, Özgür Mumcu büyük bir kazanç oldu. Bir tarafta Ali Topuz, Koray Çalışkan, Cüneyt Özdemir, Fehim Taştekin gibi genç kalemler, diğer tarafta "yaşayan tarih" diyebileceğim Altan Öymen, Cengiz Çandar, Oral Çalışlar, Ahmet İnsel, Avni Özgürel, Tarhan Erdem ve Gündüz Vassaf gibi isimler var."

Radikal gazetesi 21 Haziran 2014 yılında "Bize ayrılan kağıdın sonuna " geldik manşetiyle son basılı nüshasını çıkarmış ve "13 Ekim 1996 günü başladı bu serüven. Dile kolay, tam 18 yıl. İlk günden başlayarak ilkeli, cesur bir gazetecilik örneği sergilemeye çalıştık. Temel haklara saygıyı ve hak ihlallerine karşı mücadeleyi hep ön planda tuttuk. Elinizde gördüğünüz, Radikal'in kâğıt baskısının son nüshası. Hüzün ile heyecan iç içe. Kâğıda elveda diyecek olmanın hüznü ve Türkiye'nin ilk ve tek dijital gazetesi olmanın heyecanı..." ile dijital aleme geçiş yapmıştır.



Radikal

21 HAZİRAN 2014 CUMARTESİ

Fiyat: 75 Kr www.radikal.com.tr

Dijital âlemdeyiz...

FEHİM TAŞTEKİN NASIL OLDU DA TÜRBELERİNİ BOMBALAYAN IŞİD İLE AYNI SAFA DÜŞTÜ?

Ah Musul sana ne haller oldu!

GRAFİK: AYTEKİN YILMAZ

HEDEFLER BELLİ... 'ETKİLİ BİR MÜDAHALEYE HAZIRIZ'

Soma için çaldı

M.Yakup Yılmaz Kaç kişi kaldık şimdi S06

İsmet Berkan Ömrümüzün 18 yılı S04

Eyüp Can Hiç bitmeyen dua S03

Bize ayrılan kağıdın SONUNA GELDİK

13 Ekim 1996 günü başladı bu serüven. Dile kolay, tam 18 yıl. İlk günden başlayarak ilkeli, cesur bir gazetecilik örneği sergilemeye çalıştık. Temel haklara saygıyı ve hak ihlallerine karşı mücadeleyi hep ön planda tuttuk. Elinizde gördüğünüz, Radikal'in kâğıt baskısının son nüshası. Hüzün ile heyecan iç içe. Kâğıda elveda diyecek olmanın hüznü ve Türkiye'nin ilk ve tek dijital gazetesi olmanın heyecanı...

Görsel 3.6 Radikal Gazetesi 21Haziran 2014 Tarihli Manşet Gazetesi

Radikalin basılı halinin kapaması konusunda Mehmet Y. Yılmaz şunları söylemiştir: “Diğer gazetelerin kapanmamasının sebebi var. Sabah gazetesi mesela zarar ediyor ama kapanmaz.Akşam, Star, Yeni Şafak da öyle çünkü bir misyonları var. Milliyet’in, Vatan’ın durumları nedir bilmiyorum ama zarar ediyor olmaları gerekir.Onların da kapanıp kapanmayacağını, patronunun gazeteyi nasıl kullanacağı sorusuna vereceği cevap belirleyecek.Ama Doğan grubunda kar etmek önemlidir.Kar etmiyorsa bir yayın uzun süre yaşatılamaz.Radikal’in başına gelen de odur. Yılmaz Radikalin djital dönüşümü ile ilgili olarak şunlarıda söylemektedir. “Dijital dönüşüm önemli” diyorlar, peki Hürriyet niye dijitale dönmüyor?Milliyet niye dönmüyor? Belli ki Radikal’in kâğıt versiyonunun satışı ve reklam geliri, harcamalarını karşılamıyor.Kaybetmeyi göze alabileceğin belli bir para vardır. O para da kaybedilince kağıt versiyon kapanıyordur (Özvarış, 2014 a).

3.3 İnternet Gazeteciliği Dönemi

19. yüzyıl gazeteciliğin teknolojik ve içerik yapısının hızla gelişmeye başladı dönemdir. 19. Yüzyılda Matbaacılıkta gelişmeler yanında, telgrafın, telefonun, daktilo

makinesinin, fotoğrafın, klişenin gazetecilikte kullanımı, gazeteyi çeşitli teknolojilerden yaralanan bir kitle iletişim aracı haline sokmuştur. 20. yüzyılda da gazeteciliğin temel kapasite ve fonksiyonlar teknolojiyle gelişmeyi sürdürmüş ve geçen yirmibeş yıl boyunca, sadece uydu ve sayısal teknolojilerinin değil bilgi çağının getirdiği olanakların, haberlerin geniş bir alanda hızlı bir büyüme kazanarak yayılmasını sağlamıştır.20. yüzyılda gazetecilik mesleğinin pratiklerine pek çok yenilik daha gelmekle birlikte gazetenin baskısından bilgisayarın kullanımıyla gazetecilerin oldukça pahalı bir endüstriye dönüşmektedir. Bilgisayarlar, diğer benim için araçlarlarına göre en fazla gazetecilikte yoğun bir biçimde kullanılmaktadır. İnternet ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler gazeteciliğin gelişmesinde 1994'ten sonra önemli bir unsur oldular. İnternet gazeteleri bu dönemde birlikte gelişmiş ve dünya çapında yaygınlaşmışlardır (Toruk, 2008, s.293).

Yeni medya ve iletişim araçlarının gündelik hayatımızın birer parçası haline gelmesi ile birlikte, geçmiş dönemdeki uygulamaların ve alışkanlıkların neredeyse büyük bir bölümü değişikliğe uğradı. İş görme biçimlerinden, iletişim yöntemlerine veyahut alışveriş alışkanlıklarından okuma davranışlarına kadar uzun bir yelpaze içinde birçok değişim gerçekleşti. Özellikle çok çeşitli platformlardan, mobil bir durumda iken internet bağlantısı sayesinde sanal dünyaya erişebilme avantajı sayesinde, geçmiş dönemlerde alışık olduğumuz okuma davranışlarının değiştiği görülmektedir. Başta genç kesimler olmak üzere büyük bir kitle, basılı gazetenin somut bir nesne olarak satın alınması yerine, yeni medya ve iletişim teknolojilerinin sağladığı avantalara paralel olarak okuma davranışlarını değiştirdi. Taşınabilir bilgisayarlardan, tabletlerden ya da akıllı cep telefonlarından, kendine sunulan sınırsız imkanlar sayesinde okuma davranışlarını bu yeni mecraya taşıdı. Bu durum karşısında, bilhassa ekonomik anlamda rekabetçi şartların dayattığı zorlamalar karşısında ayakta durmakta zorlanan bazı kurumlar, bu yeni düzenin de getirdiği değişime paralel olarak yazılı basın mecrasından çekildiler ve sadece bu yeni mecrada faaliyetlerine devam eder hale geldiler. Bu şekilde bir yöntemi belirleyen gazetelerden biri de Radikal gazetesi oldu (Bulunmaz, 2014, s.12).

Baskı maliyetlerinin arttığı ve reklam gelirlerininde internet ortamına kaydığı yeni gazetecilik çağında Radikal gazetesi mali olarak sarsılmalar yaşamıştır. Fakat Radikal'in sadece bu sebeblerden dolayı basılı halini kapatıp internete geçtiğini söylemek çok gerçekçi olmayacaktır. Radikalin tamamen internet gazeteciliğine geiçişi basılı kısmını kapatıp yapıyı tamamen bu alana taşıması ile olmuştur. Geleneksek ve tabloid boy döneminde de internet üzerinden yayın yapan gazete sitesini gazeteye ek bir site olarak görmekte ve bunun için siteye farklı içerikler üretmemektedir. Tabloid döneminde Eyüp Can'ın tamamen internet odaklı yapıya geçiş için alt yapıyı hazır hale getirme çalışmaları bu geçişin ilk adımları

olmuştur. Tabloid dönemde tamamen internet gaztesine geçileceğinin sinyallerini veren Eyüp Can kâğıdın bir alışkanlık olduğunu, duygusal bir tarafının var olduğunu belirtmiş fakat bunu çok dramatize etmekten yana olmadığını belirmiştir. Can bu geçişi şöyle anlatmaktadır: "Çok duygusal bakanlar var ama dijitalde yaptığımız işin içeriğinin çok daha geniş kitlelere gitme imkânı var. Beni en başta heyecanlandıran kısmı da Radikal'in bu halini görmek oldu. Kağıtta 25 bin kişiye ulaşırken, dijitalde eğer güçlü iş ve dijitalin dinamiklerine uygun bir yayıncılık yapıyorsanız o zaman milyonlara gidebiliyorsunuz.Mesela bunun İngiltere'deki en iyi örneği Guardian.Guardian da çok kaliteli butik bir gazete ama bugün, bundan 6 yıl önce aldığı çok kritik bir kararla milyonlara ulaşıyor. Guardian, 6 yıl önce yurtdışı ve bölge operasyonlarını kapatıp o alanlardaki yanılmıyorsam 50 milyon pound parayı 5 yıl dijitale yatırma kararı aldı. O yatırımından dolayı bugün Guardian, dünyanın en önemli beş haber sitesinden birisi. Şimdi her yayın organı kendi içinde bu sorgulamaları yapıyor. Biz de Radikal'de bu sorgulamayı erken yapmaya başladık" (Özvarış, 2014 d).

Eyüp Can değişim süreciyle ilgili şunları eklemiştir: "Kâğıdı kapatıp dijitale geçmek önemli bir karar ama bu geçişi de iyi yönetmeniz lazım. Türkiye'deki Hürriyet gibi kâğıtta hala güçlü ve reklam gelirleriyle tirajlarını koruyan bazı gazeteler convergence stratejisini seçtiler.Yani konvansiyonel kaynaklarla dijital alana yapılan yatırımı birlikte çalıştıran bir model.Bu o gazeteler için doğru bir model ama Radikal gibi gazetelerin zaten kâğıtta para kazanma şansı yok. O zaman ne yapacaksınız, daha hızlı dijitalleşeceksiniz. Burada belli yöntemler var: "Dijital first" (Önce dijital). Gazeteler "önce kâğıt" diyerek yaptığı bütün iş kurgusunu yapısal olarak dijitale doğru değiştiriyor. Kendi çalışanlarımızla dijitale yönelik seminerler yaptık, dünyadaki örnekleri inceledik, aşama aşama buna hazır hale gelmeye çalıştık. İkinci sene dijitale odaklandık ve Radikal'in 100 binleri bile bulmayan günlük U.V.'lerini *(unique visitor – tekil ziyaretçi)* 300 binlere çıkardık sonra dedik ki "Burası güzel büyüyor, gücümüzü buraya daha çok harcayalım." Ama bu kolay olmuyordu çünkü insan kaynağınız kâğıda üretim yapmaya alışmış.Konsantre olduk ve önce bunu nasıl 500 bine, sonra nasıl 800 bine çıkarırız diye düşündük.Bir noktada "dijital first"ten "dijital only"e (sadece dijital) geçiş başlıyor. Biz de bu aşamaları geçerek kâğıtla ilgili kararı verdik." (Özvarış, 2014 d).

Radikal gazetesinin dijital ortamda faaliyetlerine devam etme kararı almasına müteakiben, şu an itibariyle hedef kitlesine ulaşma bakımından üç yöntemi benimsediği ve kullandığı görülmüştür. İlk olarak, Radikal gazetesinin basılı diğer gazetelerin de yaptığı gibi web sitesini aktif biçimde kullandığı görülmüştür. İkinci olarak, tabletler ve akıllı telefonlar vasıtasıyla, geliştirdiği uygulamalar ile okuyucuyla buluşmaktadır. Üçüncü ve son olarak da, e-mail vasıtası ile günlük olarak okuyucuyu kendisinden haberdar olması adına aktif bir

konumda tutmaktadır. Radikal gazetesi "www.radikal.com.tr"web sitesinden, basılı gazetesi devam ederken yaptığı gibi okuyucusuyla buluşmaya devam etmektedir. Ancak yeni durumda basılı gazete olmadığı için tüm içeriği tamamen dijital ortama uygun hazırlamaktadır ve bilhassa multimedya özelliğinin getirdiği avantajları yüksek oranda kullanmaktadır. Sıcak haber, gündem, Türkiye, arka sayfa ve hayat olmak üzere beş ana tema üzerinden beş haberi gün içinde değiştirerek ve günceli yakalayarak vermektedir. Yazarlara ilave olarak blog yazarlarına da sitesinde yer veren Radikal, oldukça etkili ve ayrıştırıcı bir tematik ayrım yaparak, sosyal medya ortamları vasıtasıyla okuyucusunun birbirleri ile etkileşim halinde olması adına oldukça kolay bir kullanım sağlamaktadır. Radikal gazetesi web sitesi Radikal gazetesi ikinci yöntem olarak okuyucusu ile mobil ortam uygulamaları vasıtasıyla buluşmaktadır. Tüm işletim sistemleri ile uyumlu olan Radikal gazetesi uygulamasının, iPhone uygulamasında, ana giriş ekranında web sitesinde de yer alan beş ana tema ile aynı şekilde ve aynı haberleri eş zamanlı kullandığını söylemek mümkündür. Ayrıca sol tarafta yer alan menüden diğer başlıklara ve içeriklere de ulaşmak mümkündür. Buradan da WebTV seçeneği sayesinde, videoların ve görüntülerin yer aldığı sesli haberlere ulaşmak mümkün olmaktadır. Radikal gazetesi mobil ortam (iPhone) uygulaması Radikal gazetesi üçüncü ve son yöntem olarak ise, e-mail vasıtası ile okuyucuya günlük haber ve bilgi akışı sağlamaktadır. Oldukça basit bir şekilde ve ücretsiz olarak, kendi web sitesinden „Kayıt Ol bölümüne geçerli bir e-posta adresinin girilmesi ile sistem aktif hale gelmektedir. Günlük olarak okuyucunun e-mail adresine, „Radikal İle Günü Yakala konu başlığı ile gazetenin o anki güncel içeriğini göndermektedir. Gazete, açılan email'in içine bir sayfa olarak yedirilmiş şekilde gelmektedir ve okuyucu da hem buradan haber alabilmekte hem de istediği haberin, konunun, yazarın ya da videonun üzerine tıklayarak, web sitesine yönlendirilmektedir. Böylelikle, okuyucuya web sitesine girmeden gönderilen e-mail sayesinde, internet sitesine yönlendirilme imkanı tanıyarak, internet sitesi ile uyumlu ve eş zamanlı bir içerik üretimi ve yönetimi sağlamaktadır (Bulunmaz, 2014, s.13).

Ekonomik anlamda gazete işletmelerini zorlayan durumlar, reklam gelirlerine dayalı sistemin getirdiği zorunluluklar, editoryal anlamda ortaya çıkan sıkıntılar ve belki de hepsinden önemlisi okuyucunun değişen okuma davranışları gibi parametrelere bağlı olarak tespitlerde bulunmak, Radikal gazetesinin aldığı karar üzerine yapılacak değerlendirmeleri daha gerçekçi bir zemine oturtacaktır. Sonuç olarak, Radikal gazetesi okuyucuya ulaşma yöntemi olarak belirlediği üç ayrı sistemi de başarılı bir şekilde kullanmaktadır. Her üç sistem de birbiri ile uyumlu bir şekilde ve aynı „havuz içerisinden alınan içerik ile aktif hale gelmektedir. Doğan Holding bünyesinde bulunması, görece gelir arttırıcı ekonomik kaygıların olmaması, Holding bünyesinde bulunan Doğan Haber Ajansı'ndan sağlanan zengin içerik gibi

faktörlere bağlı olarak başarılı bir yönetim sergilemektedir. Ancak her gazete işletmesinin aynı şartlara sahip olmaması ve bu „radikal kararı alırken, bir taraftan da gelir arttırıcı faaliyetlere yönelik olarak stratejiler geliştirmesi zorunluluğu da, son söz olarak söylenmesi gereken en gerçekçi tespitlerden biridir (Bulunmaz, 2014, s.13).



Görsel 3.7 Radikal Gazetesi İnternet Yayıncılığı

Radikal gazetesini dijital devrimle tanıştıran Eyüp Can, kısa bir süre sonra gazeteden gönderilmiş ve yerine internet koordinatörü Ezgi Başaran genel yayın yönetmeni olarak atanmıştır. Radikal.com.tr’nin güncel künyesi şöyledir:

Yönetim Kurulu Başkanı: Vuslat Doğan Sabancı

Genel Yayın Yönetmeni: Ezgi Başaran

Yazı İşleri Müdürleri: Cüneyt Muharremoğlu, Bahadır Özgür (Yazarlar)

Editörler: Hakkı Özdal, Barış Avşar, Ümit Buget, Erkan Aktuğ (Kültür Sanat), Tolga Aktaş (Fotoğraf), Neşe İdil, Ercan Sarıkaya, Gökhan Karataş (Spor)

İcra Kurulu Başkanı: Ahmet Özer

Reklam Direktörü: Zeynep Tandoğan

Yan Yayınlar: Cem Erciyes

Haber Müdürü: Ömer Erbil

Muhabirler: İsmail Saymaz, İdris Emen

Gece: Tarkan Temur, Sinan Saygılı, Devrim Karadağ

Trend Trafik ve Sosyal Medya: Eda Utku, Oktay Volkan Alkaya, Kadir Sönmez

Finans Direktörü: Ediz Haşmet Kökyazıcı

Pazarlama Direktörü: Birim Gönülşen Özyürekli

Ürün Müdürü: Ömür Bali

Reklam Proje Satış: Seray Atalay Kıran

Sorumlu Müdür: İzzet Doğan

Radikal internet gazetesi Türkiye, Ekonomi, Dünya, Spor, Hayat, Yazarlar, Radikalist, Otomotiv, Kültür-sanat, Gusto, Özel (Politika, Teknoloji, Geek, Sinema, Yemek tarifleri, Çevre, Sağlık, Yeni söz, Tv rehberi, Astroloji, Emlak) bölünmlerinden oluşmaktadır. İnternet gazetesni etikleşimli bir şekilde düzenleyen Radikal 5×5 haber alanı ve büyük ekran seçeneği ile sitesini internet gazeteciliği için revizeden geçirmiştir. Mobil ya da tablet üzerinden ziyaretler için büyük görünüm butonu ve kişiye özel olma özellikleri eklenmiştir. Radikal web sitesinde Radikal Artı Zaman Çubuğu ile okurlar Radikal Artı'nın günde 5 kez yenilenen haber akışını takip etmekte ve zaman dilimlerine göre haberleri görüntüleyebilmektedir. Haber detay sayfalarında Facebook ve Twitter kutucukları kullanarak okuyucular tarafından haberin paylaşılabilmektedir.

Cem Erciyes, Evren Aybars, Bahar Çuhadar, Fuat Keyman, Uğur Gürses, Oral Çalışlar, Evrim Sümer, Metin Ercan, Murat Yetkin, Müge Akgün, Ahmet mümtaz Taylan, Ali Kayalar, Altan Öymen, Alper hasanoğlu, Armağan Çağlayan, Ayşe Hür, Baskın Oran, Cengiz Çandar, Cenk Sidar, Defne Ersaslan ve Tarhan Erdem gibi yazarlar da internet gazetesinin yazar kadrosunu oluşturmaktadır.

SONUÇ

Radikal'in ilk döneminde önemli bir dönüm noktası 2000 yılında Mehmet Y. Yılmaz'ın genel yayın yönetmenliğinden ayrılıp, yerine ilk günden beri gazetede bulunan İsmet Berkan'ın getirilmesidir. Berkan, Ekim ayında genel yayın yönetmeni olduktan sonra Kasım başında hem Türkiye hem de medya önemli bir krize girmiş ve bunun sonuçları da Radikal gazetesine olumsuz yansımıştır. Krizle birlikte gazetenin gelir hedefini yüzde 40 oranında azaltılmış ve gazete bünyesinde bir takım önemli kararlara imza atılmıştır.

Tarih boyunca insanlar çevrelerinde olup biteni öğrenme ve öğrendikleri bilgileri aktarma çabası içerisinde hayatlarını sürdürmüşlerdir. Yeme, içme ve barınmadan sonra gelen bu haberleşme ihtiyacı, bireylerin resim, ses ve işaretlerle başlayan iletişimlerini geliştirme kaygısı içerisine sokmuştur. Bu kaygı günümüzde dijitalleşme ile birlikte iletişimin akıl almaz boyutlara ulaşmasına olanak sağlamaktadır. Özellikle matbaanın bulunması basının daha çok kişiye ulaşbilmesi bağlamında basına ağır sorumlulular yüklemiştir.

Matbaa ve telgraf teknolojilerini yoğun ve etkili bir şeklide kullanılması basının ortaya çıkan teknolojilere uyum sağlama ve bu yapılara kolay entegre olabildiğinin göstergesidir. Bilgisayar ve internet teknolojilerini gelişmesi ile bu yapıyada kolaya ve hızlı entegre olan basın artık tüm gazetecilik pratiklerini bu mecrada devam ettrimeye başlamaktadır.

Bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim yayıncılık dünyasını da aynı hızla etkilemektedir. İnternet ve mobil cihaz kullanımının yaygınlaşması, televizyon ekranları ve gazeteler aracılığı ile yapılan klasik yayıncılık anlayışını da değiştirmeye başlamıştır.

Her doğal olgu gibi iletişim ortamları da dönüşmektedir. Bu dönüşüm her ne kadar doğal olsa da anlaşılmaya ihtiyacı vardır. Ortamlardaki teknolojik ve teknik dönüşüm oldukça önemli bir konudur. Radikal gazatesi de bu dönüşümden kısmen etkilenerek basılı bölümünü kapatıp tamamen internete adım atmıştır. Geleneksel, tabloid ve internet gazeteciliği dönemini ele aldığımız Radikal gazetesinin basılı hayatına son verip internete geçmesi, günümüz Türk medya ortamındaki dönüşümün bir habercisidir. İnternetin gündelik hayatımıza girdiği dijital çağda basın, yapısı gereği sayısal ortamın tüm nimetlerinden yararlanmıştır. Geleneksel boyutta yayın hayatına Mehmet Yılmaz ile başlayan Radikal gazetesi kendini genç, eğitimli, sol kitleye hitap edecek bir gazete olarak tanımlamıştır. Bu tanımların yanında herkesi kucaklayan demokrat bir gazete olarak herkesin fikirlerine açık bir gazete imajı yaratmaya çalışmışlardır. 1996' da kurulduktan sonra patlayan Susurluk olayı ile ilgili sergilediği gazetecilik örneği ile o döneme damgası vurmuştur. Yıllar sonra bile güç kaybetmeye ve eski imajını yitirmeye başladığında "Susurluk'taki Radikal'i geri getireceğiz" mottosu ile o

dönemde yapılan gazeteciliğe dönmeyi amaçlamışlardır. Radikal'in kendi tanımladığı imaj o dönemde Doğan Grubu ve Mehmet Yılmaz'ın önerisi ile bir açığı gidermek amacı ile oluşturulmuştur.

Hem Susurluk kazası, hem de Manisalı Gençler davası Radikal gazetesinin başlangıçtaki hedeflerine ulaşması açısından son derece uygun bir gazetecilik iklimi sunmuştur. Gazetenin ilk çıktığı günlerdeki reklamı, alanlarında çeşitli açılardan fark yaratmış isimlerin radikalliğine vurgu yaparak, medya sektöründeki farklı konuma aday olduğunu ortaya koymaktır. Zaman içinde söylenemeyen birçok söz, üzerine gidilemeyen birçok tabu üzerine yaklaşımı ile Radikal bu farkını ortaya koymuştur.

Geleneksel boy döneminde yayın yönemeliğine İsmet Berkan ile devam eden Radikal bu dönemde kendini tanımladığı imajda ve yayın politikasında bazı değişmelere gitmiştir. Berkan döneminde yayın politikası ile ilgili bazı değişmelerin olması ve sonrasında yazar kadrosundaki değişmelerin Radikal'in duruşuna etki ettiğini görmekteyiz. Balyoz ve Ergenekon olayları karşısında Susurluk'taki gazeteciliği sergileyemen Radikal, siyasi savrulmaların olduğu bu dönemde kendilerine tanımladıkları duruşun dışına çıkmışlardır.

Radikal'in ilk döneminde önemli bir dönüm noktası 2000 yılında Mehmet Y. Yılmaz'ın genel yayın yönetmenliğinden ayrılıp, yerine ilk günden beri gazetede bulunan İsmet Berkan'ın getirilmesidir. Berkan, Ekim ayında genel yayın yönetmeni olduktan sonra Kasım başında hem Türkiye hem de medya önemli bir krize girmiş ve bunun sonuçları da Radikal gazetesine olumsuz yansımıştır. Krizle birlikte gazetenin gelir hedefi yüzde 40 oranında azaltılmış ve gazete bünyesinde bir takım önemli kararlara imza atılmıştır

Giderek gelirleri düşmeye başlayan Radikal'de, Taraf gazetesinin çıkması ile tiraj düşüşleri de artmşıtır. Taraf gazetesi Radikal'in yazar kadrosundaki önemli isimlerde Murat Belge'yi kendi yazar kadrosuna dâhil ederek, gazetesinin gelirlerinde önemli bir düşüşe neden olmuştur.

Tirajları ve gelirleri giderek düşen Radikal kriz döneminde baskı maliyetlerinin artması ile küçülmeye gitmiş ve bu dönemde bazı bölümlerini kapatma kararı almıştır. 2001 krizini en aza hasarla atlatan tek medya kuruluşu olan Doğan Grubu, kendi içinde önemli yapısal tasarruf tedbirlerine yönelmiş, bu durumda yayınların belki ayakta kalmasına neden olmuş ancak habercilik niteliklerinde kayıpları da beraberinde getirmiştir.

2010 yılında yayın yönetmenliğine Eyüp Can ile devam etmeye başlayan Radikal'de yeni bir dönem başlamış, Radikal Referans ile birleştirilip bir yatırım planlaması yapılmıştır. Eyüp Can'ın Radikali tekrardan 'özgürlükçü sol' olarak tanımlayıp radikal değişiklikler yaparak tabloid boya geçmiştir. Eyüp Can'ın Radikale gelmesi Fetullah Gülen olan

yakınlığından dolayı bazı kesimler ve eski yayın yönetmenleri tarfından eleştiler almış ve gazetenin yapısının iyice bozduğu yönünde tartışmalar ortaya çıkmıştır.

Can, tabloide geçerek kendisinden beklenen tiraj artışını sergileyememiş ve yeni arayışların içine girerek Radikal'i dijitale geçişe hazırlamaya başlamıştır. Tabloid dönemde konvansiyonel yapı odakla kalmauıp gaztenin sitesi üzeribde geliştimeler yapan Can bir sonraki adım içinde alt yapıyı oluşturmaya başlamıştır. Tabloid dönemde beklentilerin karşılanması, yapılan gazeteciliğin zayıflaması, Radikal'in içindeki yapının giderek bozulması ve gazete içinde tarafların oluşmaya başlaması gazeteyi daha küçülmeye itmiş ve işten çıkartmalar bu dönemde artmıştır. İşten çıkarmaların ve gelirlerin düşmesi basılı anlamda gazete çıkarmayı da zorlaştırmıştır.

Geleneksel boy ve tobloid boy dönemlerinde reklamların kapladığı alan oranlarınıda baktığımızda da Radikalin gelirlerinde düşüşün devam ettiği görülmektedir. Yazar kadrosu gittikçe küçülen gazetede geleneksel boy döneminde 12 olan gazete bölümleri tabloid boy döneminde 4 bölümden oluşmaktaydı. Yatırım yapma kararı alan Radikal ve Doğan Holding Grubu, bu gidişata dur demek ve dönemim getirisi olarak dijital dönüşüme ayak uydurmak üzere basılı bölümünü kapatıp tamamen intenete geçmiştir. Tekrardan bir dönüşümün içine giren Radikal artık tüm yayın politikasını, haberi sunma ve toplama anlayışı değiştirmiş olarak sayısal ortamda gazeteciliğe devam etmeye başlamıştır.

Dijitalleşen dünyanın haber ihtiyacını daha iyi karşıyabildiği bu digital çağda Radikal'ın basılı bölümünü kaptaması aslında uzun bir dönemin sonucudur. Tabloid boya geçişle beraber ki bunu kompakt ve hızlı olan habercilik sitilene geçişin bir başlangıcı olarak kabul edebiliriz Radikal sadece digital ortam için alt yapısnını oluşturmaya başlamıştır.

Radikal'de tabloid boy ile başyan dönüşüm yani kompakt boy geçiş kalabalıklaşan hayatın içinde artık insaların daha kompakt bir hayat yaşama isteğinin ortaya çıkardığı bir yapıdır. İşlerine giderken gündem den geri kalmamak aynı zamanda da bu iş için daha az vakit harcamak için her türlü ortamda okuyabileceği kompaktlıkta bir gazete ihtiyacını ortaya çıkarmasıdır boyutttaki bu değişimim sebebi. Bu değişim aslında Radikal'de de görüldüğü gibi daha kompakt bir yapıya geçişinde habercisidir. Hızlı tüketilen ve hızlı bir yaşamın getirisi olarak bunu destekleyebilecek tek ortamda şimdilik internet olarak görülmektedir. İngiltere ve Amerikadaki birçok gazetenin tabloide geçmesinin sebebini bu yaşama ayak uydurmak olarak nitelersek bir çok gazetenin daha kompakt olmasının bir sonraki adımı sayısal ortamdır.

Gazetelerin teknik olarak boyutlarının ve mecralarının değişmesi gazetelerin yayın politikalarını da etikilemektedir. Tobloid boya geçen Radikal, beklentilerini karşılayamamış

ve bu boya uygun içerikte haber üretmekte yeterli altyapıya sahip olmadığı için gazete genel politikasında bir değişmeye gitmiştir.

İnternet ortamına geçen Radikal gazetesinin gazetecilik pratikleri de teknoloji bağlamında değişmektedir. Yazar kadrosunda ve muhabirlerinde önemli ölçüde küçülmeye giden gazetede bazı bölümlerin kapanması ile gazetecilik anlayışında büyük değişmeler gözlenmektedir.

Radikal'in bu değişimi ön görerek mi yoksa bir moda olarak mı uyguladığı tartışılabilir. Çünkü tabloid boya geçerek Radikal beklentilerini çok ta karşılayamamış ve belki yine aynı sebebten ötürü internet gazetsinede geçiş yapmıştır. Basılı kısmının kapanamsının sebeblerini sadece bu kompakt ve dijital dönüşümün getirisi olarak görmek diğer tamamen dijital yayıncılığa geçen gazeteler ile aynı sebebleri taşımamaktadır. Küreselleşen dünyada artan baskı maliyetleri, reklam gelirlerinin internete kayması ve haber ihtiyacın buüyük ölçüde intenet üzerinden karşılanıyor olaması digital dünüşümü gerekli kılmıştır. Radikal gazetesi kendi yapısndaki ekonomik ve yönetimsel bozulmar sonucunda bu sürece doğru ilerlemiş ve dijital dönüşümün içine bu sebebler doğrultusunda yönelmiştir. Tüm bu veriler doğrultusunda yukarıda vermiş olduğumuz varsayımlar olumlanmış ve internet gazeteciliğine geçiş hakkında önemli veriler elde edilmiştir.

KAYNAKÇA

Akman N., Pazar "Susurluk'taki Radikal'i geri getireceğiz", 2010 http://www.zaman.com.tr/roportaj_susurluktaki-radikali-geri getirecegiz_1041091.html, Erişim Tarihi: 17.04.2015

Arık Kurtböke Oktay, "Genç Gazeteciler Eğitim Semineri", Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1986 s.43

Atabek Ü. "Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar" Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, Der., S. Alankuş, BIA-IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, 61-90

Aydın O.Ş., "Teknoloji, Haber, Nesnellik", İletişim ve Teknoloji, Der. Hepkon Z., Kırmızı Kedi Yayınları, 2011, 112- 127.

Barbier F. ve Lavenir B., Diderot'dan İnternet'e Medya Tarihi, çev. Kerem Eksen Okyanus Yayınları, İstanbul, 2001

Barut B., "Haber ve Yorum Düzleminde Türk Basınının Objektiflik Analizi", Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, No.10, Elazığ, 2000,145-162. İlhan Selçuk'un Gazeteciler Cemiyetinde 1 Şubat 1995 Tarihinde "Medyada Saygınlık Ve Güvenirlilik " Konulu Panelde Yaptığı Konuşmadan Alınmıştır.

Basım N., "Aaa, Bilgisayarlar Aralarında Konuşuyor", Der. Yedig S. Ve Akman Ş. İnternet Çağında Gazetecilik, Metis Yayınları, İstanbul, 2002, 13-25

Başaran F., "Enformasyon Toplumu Politikaları ve Gelişmekte Olan Ülkeler", İletişim Araştırmaları Dergisi , No.2, (2004) 7–31.

Berkan, İ. Ömrümüzün 18 yılı..., Radikal Gazetesi, 21.6.2014

Binatlı C., "Yeni Teknolojiler ve Kitabın Geleceği Üzerine Birkaç Söz", Der. Hepkon Z., Kırmızı Kedi Yayınları, 2011, 10-22.

Bir Bakışta Türk Medyası, T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Ankara, 2013.

Birsen, H., Internet Politics and Internet for Political Parties: An Usability study on Turkish Political Parties's Homepages, 3rd International Symposium Communication in the Millennium Kitabı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, (2005), 343-356.

Bourse M. ve Yücel H., İletişim Bilimlerinin Serüveni, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2012.

Briggs, A. ve Burke, P., "Medya'nın Toplumsal Tarihi", İzdüşüm Yayınları, İstanbul, 2004

Bucher H.J.,. Crisis Communication and the Internet: Risk and Trust in a Global Media, First Monday, No.2, (2002), (http://www.firstmonday.dk), 3 Haziran 2015.

Bulunmaz, B. " Kağıt Baskıdan Dijital Gazeteye: Radikal Gazetesi Örneği", http://inet-tr.org.tr/inetconf19/bildiri/6.pdf

Castells M., "Ağ Toplumunun Yükselişi", İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul (2008) 440-463."

Castells M., Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi, Çev:Ebru Kılıç, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2005.

Castells M., The Rise of Network Society, (2nd edn.), Blackwell Publishers, UK., 2000

Çakır H., Gazeteciliğe Giriş, Konya, Tablet, 2007.

Çakır H., "Geleneksel Gazetecilik Karşısında Internet Gazeteciliği", Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, No.22, (2007), 123-149

Dağtaş E., "Türkiye'de Magazin Basını ve Habercilik Anlayışı: Magazin Eklerinin Sektör ve Metin Analizi", Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, 2005darınkında Medya:

Dahlgren P., "Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and Its Publics", The Public, No.3, (1996) ,59–72.

Deuze M. ve Paulussen S. Research Note: Online Journalism in the Low Countries, European Journal of Communication, No.17, (2002), 237–245.

Deuze M., "Convergence culture in the creative industries" International Journal of Cultural Studies, No.10, (2007), 243–263.

Dilmen, N. E., "Yönetenler Açısından Türkiye'deki İnternet Gazeteleri ve Haber Portalları Üzerine Bir Değerlendirme.", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi No.22, (2005), 91-101.

DiMaggio P., "Social Implications of the Internet, Annual Review of Sociology", No. 27, 2001, 307–336.

Doliver, M., "Give us a glowing screen and we will sit for hours", Adweek, No.43(38), (2002), 31-33.

Dutton W. H. ve Eynon R., "Networked Individuals and Institutions: A Cross-Sector Comparative Perspective on Patterns and Strategies in Government and Research", The Information Society, No.25(3), (2010), 198-207.

Dutton W. H., The Fifth Estate: Democratic Social Accountability Through the Network of Networks, No.1, (2009), 1-15.

Engelman J. L., Interacting on the Internet, Times Mirror Higher Education Group, USA, 1996.

Geray H., İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya. Ütopya, Ankara, 2003.

Gezgin S., “Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği”, Der. Yedig S. Ve Akman Ş. İnternet Çağında Gazetecilik, Metis Yayınları , İstanbul, 2002, 30–37.

Gorman, L. Ve McLean, D., Media and Society in the Twentieth Century. Blackwell Publishing Company. ABD, 2003.

Gönenç Ö., “İnternet ve Türkiye’deki Gelişimi”, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, No.16, (2003), 87-99.

Graham G, The Internet: A Philosophical Inquiry, Routledge, London, 1999.

Gürbüz, G. “Geleneksel ve Yeni Medyada Haber Üretim Tarzı”. Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2010.

Gürcan, H. İ., “Sanal Gazetecilik”, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Eskişehir, No:15 ,1999, 143-153

Gürcan, İ. H. ve Batu Ç., “İnternet Haberciliğinde Sanal Yazı İşleri ve Gazetecilikte Değişen Roller”, (2001), http://inet-tr.org.tr/inetconf7/eposter/gurcan-batu.html, Erişim Tarihi: 09.06.2015.

Hafner K. ve Iyon M., “İnternet Tarihi:Sihirbazların Geleceği”, Çev. Yazıcıoğlu S., Güncel Yayıncılık, İstanbul, 2000

Halıcı N., “Online Gazetecilik”, Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, der: S. Alankuş, BIA-IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, 155-169.

Hargreaves A , Lan Journalism, Çev.Özkan Y., Dost, Ankara, 2006.

Harper C., “Journalism in a Digital Age”, 2005, web.mit.edu/comm.-forum, Erişim Tarihi: 26.03.2015.

Holtz S., Public Relations On The Net, American Management Assaciation, New York, 2002.

Houston F., “What I saw in the digital sea”, Columbia Journalism Review, No.2, (1999), 34-37

http://m.medyatava.com/haber/radikal-boyut-kucultmeyi-simdilik-rafa kaldirdi_28184, Gündem, 2013,07.05.2015.

İnuğur, N., “Basın ve Yayın Tarihi”, Der Yayınları, İstanbul, 1993

İşleyen E., “Milliyet Nasıl Hazırlanıyor?”, İnternet Çağında Gazetecilik., Der. Yedig S. & Akman, H., Metis Yayınları, İstanbul, 2002

İşman A., “Bilgisayar ve Eğitim”, Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, No.2, (2001), 4-34

Jeanney, J., “Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi”, Çev. Atuk E, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2006

Johnson, T.J. & Kaye, B.K. "Webelievability: A Path Model How Convenience And Reliance Predict Online Credibility." J&MC (Journalism And Mass Commmunication), Quarterly, No.79(3), (2002), 619-642.

Kabacalı, A., "Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü", Gazeteciler Cemiyeti Yayınları:29, İstanbul, 1990

Kara H., "Internet, Gazetecilik ve Yeni Olanaklar", Yeni İletişİm Teknolojileri ve Medya, Der: S. Alankuş, BIA-IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, 97 - 139

Karaduman M., "Internet ve Gazetecilik", Yeni İletişİm Teknolojileri ve Medya, Der: S. Alankuş, BIA-IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, 141-153.

Karaduman M. "Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği", Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2002

Kemal M. , Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınlan, No. 11, Ankara (1994), s. 29.

Kezer, S.. "Kim Korkar İnternetten", Dijital Gelecek, Hürriyet Gazetesi İnternet Eki, 2000.

Kırçıl A. G. ve Karagüler T.,"Dijital Çağda İletişime Yeni Yaklaşım: On- line Gazetecilik", Çukurova Üniversitesi Akademik Bilişim Konferansı, Adana, 2003, http://ab.org.tr/ab03/tammetin/128.doc, 02.05.2015

Koloğlu, O., "Osmanlı Dönemi Basınının İçeriği", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 2010

Koloğlu, O., "Osmanlı Döneminde Basın Teknikleri ve Araçları", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 2010

Koloğlu, O., "Osmanlı'da Kamuoyu", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 2010

Koloğlu, O., "Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın", İletişim Yayınları, İstanbul, 1992

Köse H., Alternatif Medya, Yirmi dört Yayınevi: İstanbul, 2007.

Kurban, D. Ve Sözeri C., Türkiye'de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller, TESEV YAYINLARI, İstanbul, 2012

Kurban, D. ve Sözeri C., Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politiği, TESEV YAYINLARI, İstanbul, 2011

Lev Manovich, "The Language of New Media", California, 2002

Mashek,J., "Lethargy'96 : How To Media Covered A Listless Campaign", Arlington.VA The Freedom Forum, (1996), Http:Fac.Org./Publicat/Campaign/Lth96toc.Htm, Erişim Tarihi, 3.06 2015

Mehmet Yılmaz, Kaç kişiydik o zaman, bak kaç kişi kaldık şimdi, 21/06/2014

Mora N. , "Sözden İnternete Gazetecilik". İstanbul İletişim Fakültesi Dergisi, No.15, 2002, 105-123.

Nurdoğan R., Kadife Karanlık, Su Yayınları, İstanbul, 2003

Owens, J., “Web Networking”, Adweek, No.41(29), (2000), 68- 70.

Öğüt S., “İletişim Ortamlarında E–Dönüşüm: Yeni Ortamlar”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Bilişim Bilim Dalı, 2005 (http://www.sertacogut.com/blog/wpcontent/uploads/2009/10/Bostan_Ogut_Full_Paper.pdf), Erişim Tarihi, 04.03.2015

Öğüt, S. , Control on Users: A Critical Approach on Interaction, International Symposium of Interactive Media Design,2006, newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd_06/14.pdf., Erişim Tarihi: 18.04. 2015

Özgen M., “İnternet ve Türkiye’de İnternet gazeteciliği”, İstanbul Üniverisitesi iletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, No.10, 2000, 37-64.

Özvarış H. B 24 Haziran 2014 'Radikal yaşayabilirdi, en büyük sorun gazetecilerde, beceremedik', T24, http://t24.com.tr/haber/radikal-yasayabilirdi-en-buyuk-sorun-gazetecilerde beceremedik,262158 2014 b, Erişim Tarihi : 3.04.2015

Özvarış H., 'Radikal kötü yönetildi, daha aktif gazetecilik yapılsa kapanmazdı', T24, http://t24.com.tr/haber/radikal-kotu-yonetildi-aktif-gazetecilik-yapilsa-kapanmazdi,262033, 2014 a, Erişim Tarihi : 3.04.2015

Özvarış H., 'Radikal’in haber toplamasındaki gerçek bozulma Eyüp Can’la başladı', T 24, http://t24.com.tr/haber/radikalin-haber-toplamasindaki-gercek-bozulma-eyup-canda-basladi,262271, 2014 c, Erişim Tarihi : 3.04.2015

Özvarış H., ”Başarılı olup olmadığımı patronlara sorun', T24, http://t24.com.tr/haber/basarili-olup-olmadigimi-patronlara-sorun,262385ERİŞİM, 2014d, Erişim Tarihi : 3.04.2015

Pryor L., “The Third Wave of Online Journalism”, 2002 http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php, 04.03.2015

Radikal Okurları , “Radikal Okurları Rahatsız... Radikal, Hâlâ Radikal mi?”, 12.09.2006, Birikim Dergisi

Sharp V., Computer Education for Teachers, Brown and Benchmark Publishers, Iowa Amerika, 1996

Slevin J., The Internet and Society, Polity Pres, UK, 2000.

Soytürk T., Mediacat Dijital, 2008, http://Www.Mertmedya.Com/ Index.Php?Option=Com_Content&Task=View&Id=5&Itemid=35, Erişim Tarihi: 19.05.2015

Sönmez M. (2004),Filler ve Çimenler: Medya ve Finans Sektöründe Doğan/ Anti- Doğan Savaşı, İstanbul: İletişim, s.34-35

Stevenson N., Medya Kültürleri, Çev: G. Orhon ve B. Engin Aksoy, Ütopya Yayınları, İstanbul, 2008

Şencan H., "Zihinsel Çatışmanın Açıklanmasında Kuramsal Yaklaşımlar.", Ömer Celal SARC'a Armağan, der. Tosun K., 349-360, İşletme İktisadı Enstitüsü Yayın no. 77, İstanbul, 1986.

Taylan A., Alternatif Medya ve Bianet Örneği: Türkiye'de Alternatif Medyaya Dair Etnografik Çalışma, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2002.

The fifth Annual Middleberg/Ross Media Survey of Media, 2004, http://www.middleberg.com, Erişim Tarihi: 29.06.2015.

Tıngöy, Ö. ve Bostan, B., "Future of New Media, Towards the Ultimate Medium: Presence, Immersion and MMORPG ", International Symposium Communication in the Millennium , Indiana University School of Journalism, A.B.D, (2007), 234-239.

Timisi N, "Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi", Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2003

Tokgöz O., Temel Gazetecilik, İmge Yayın evi, Ankara, 2000.

Top Sites in Turkey, www.alexa.com, 2014.

Topuz, H., "2. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi", Remzi Kitabevi, İstanbul, 2011

Toruk, İ., "Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik: Türkiye'de Haber Siteleri", Literatürk, İstanbul 2008

Törenli N., "Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı.", Ankara, Ütopya, 2005

Turan N., "Yeni Medya Ve Gazetecilik ", Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2007.

Van Dijk, J., Digital Media, John D.H.Downing (Edited by), The Sage Handbook Of Media Studies, Sage Publications Inc, ABD, 2005.

Weir, D., "Web Journalism Crossses Many Traditional Lines", Nieman Reports, No.54, 2000, 35-37.

Wendland M., "Five Things Journalists Need To Know About The Net ", (2011)., http://www.poynter.org/content/ content_view.asp?Id=4439, Erişim Tarihi: 04.05.2012.

Yale, D.R. ve Carothers, A.J., "The Publicity Handbook: The Inside Scoop From More than 100 Journalists and PR Pros on How to Get Great Publicity Coverage- in Print, On-Line, and on the air", McGraw-Hill New York, 2001

Yıldırım B., "Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşik Gazetecilik", Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, No.2, Konya, (2010), 230-253.

Yıldırım B., "Gazetecilik Eğitimi: Değişim İhtiyacı ve Dönüşümler", Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara, 2009

Yurdagül Y. ve Yüksel H.“Gazeteciliğin Dönüşümü: Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri”, Akdeniz İletişim Dergisi, Antalya, No.18, (2012), 140-161

Yüksel, E., “Türk Basınının Gelişiminde Basında Ekonomi ve Ekonomi Basını: Kavram ve Kapsam Açısından Uygulamalı Bir Çalışma”, Eskişehir, 1996

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	: Emrah Onur KARATAŞ
Doğum Tarihi ve Yeri	: 22.10.1986 - Sarayköy / Denizli
Medeni Durumu	: Bekar

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise	: Sarayköy Anadolu Lisesi, Denizli, 2004
Lisans Diploması	: Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Antalya, 2010
Yüksek Lisans Diploması	: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Antalya, 2015
Tez Konusu	: Geleneksel Gazetecilikten Dijital Gazeteciliğe Dönüşüm: Radikal Gazetesi Örneği
Yabancı Dil	: İngilizce

İş Deneyimi

Stajlar	: Haziran - Ağustos 2007 İZ tv belgesel kanalı (Yapım ve Koordinasyon Bölümü).
Projeler	: Avrupa Birliği Hayatboyu Öğrenme Programı Erasmus IP Projesi (Almanya, Avusturya, Macaristan, Litvanya, Türkiye) "Linguicism-critical Perspectives on Everyday Relevant Multilingualism and National Education (systems)", (2012-2014).
Çalıştığı Kurumlar	: 48. Altın Portakal Organizasyonu Aksav, Serenas Turizm Kongress and Organization Ltd. Şti., Detay Danışmanlık Turizm Tic. Ltd. Şti. Akdeniz Üniversitesi, Serik Gülsün – Süleyman Süral Meslek Yüksek Okulu (Öğretim Görevlisi olarak çalışmakta).
E-Posta	: e.onurkaratas@akdeniz.edu.tr